



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
JORNALISMO

**O RETRATO FOTOGRÁFICO E A IDENTIDADE VISUAL:
UM ESTUDO SOBRE AS CAPAS DA REVISTA *ROLLING
STONE***

DEBORA SINEIRO MORENO

RIO DE JANEIRO

2017

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
JORNALISMO

**O RETRATO FOTOGRÁFICO E A IDENTIDADE VISUAL:
UM ESTUDO SOBRE AS CAPAS DA REVISTA *ROLLING
STONE***

Monografia submetida à Banca de Graduação
como requisito para obtenção do diploma de
Comunicação Social/ Jornalismo.

DEBORA SINEIRO MORENO

Orientadora: prof. Dra. Maria Teresa Ferreira Bastos

RIO DE JANEIRO

2017

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

TERMO DE APROVAÇÃO

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia **O retrato fotográfico e a identidade visual: um estudo sobre as capas da revista *Rolling Stone***, elaborada por Debora Sineiro Moreno.

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, no dia/...../.....

Comissão Examinadora:

Orientadora: Profa. Dra. Maria Teresa Ferreira Bastos
Doutora em Letras e Estudos de Literatura pelo Depto. de Letras - PUC-Rio
Departamento de Comunicação - UFRJ

Profa. Andréia de Resende Barreto Vianna
Mestre em Comunicação pelo Depto. de Comunicação - UFF
Departamento de Comunicação - UFRJ

Prof. Dante Gastaldoni
Mestre em Comunicação, Imagem e Informação pelo Depto. de Comunicação - UFF
Departamento de Comunicação - UFRJ

RIO DE JANEIRO

2017

FICHA CATALOGRÁFICA

MORENO, Debora Sineiro.

O retrato fotográfico e a identidade visual: um estudo sobre as capas da revista *Rolling Stone*. Rio de Janeiro, 2017.

Monografia (Graduação em Comunicação Social/ Jornalismo) – Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação – ECO.

Orientadora: Maria Teresa Ferreira Bastos

Este trabalho é dedicado à minha avó, Judith.

Agradecimentos

À minha mãe, Janete, e à minha família.

À minha vó, Judith, por todo o cuidado e carinho.

À minha orientadora, Teresa Bastos, por toda a atenção, pela paciência e pelos ensinamentos. E, principalmente, por acreditar neste trabalho e embarcar nele junto comigo.

Aos mestres da Escola de Comunicação, por todo o aprendizado e por me fazerem crescer tanto profissionalmente, quanto pessoalmente.

Aos amigos que me ajudaram a chegar até aqui.

À minha gata, Luna, que, mesmo não sabendo falar a língua dos homens, me ajudou imensamente.

Ao Baron Wolman, pela entrevista.

MORENO, Debora Sineiro. **O retrato fotográfico e a identidade visual:** um estudo sobre as capas da revista *Rolling Stone*. Orientadora: Maria Teresa Ferreira Bastos. Rio de Janeiro, 2017. Monografia (Graduação em Jornalismo) – Escola de Comunicação, UFRJ. 78 f.

RESUMO

O presente estudo tem por objetivo analisar as capas da revista *Rolling Stone* sob a perspectiva do retrato fotográfico. São discutidos os fatores que levaram à criação desta revista e a sua trajetória; bem como, a concepção do retrato fotográfico, a sua importância e desenvolvimento nas capas. Primeiramente, busca-se entender, no contexto da contracultura, o surgimento da *Rolling Stone*, seus ideais e também as mudanças na sua identidade através das décadas. Em seguida, são abordados o retrato fotográfico e sua construção; além do conceito de celebridade. Por fim, há a análise do retrato nas capas da *Rolling Stone*, suas diferenças baseadas nas visões dos fotógrafos Baron Wolman e Annie Leibovitz e como o retrato contribui para a construção da identidade da revista.

Palavras-chave: Retrato; *Rolling Stone*; revista.

MORENO, Debora Sineiro. **O retrato fotográfico e a identidade visual:** um estudo sobre as capas da revista *Rolling Stone*. Orientadora: Maria Teresa Ferreira Bastos. Rio de Janeiro, 2017. Monografia (Graduação em Jornalismo) – Escola de Comunicação, UFRJ. 78 f.

ABSTRACT

The present study aims to analyze the covers of the Rolling Stone magazine from the perspective of the photographic portrait. We discuss the factors that led to the creation of this magazine and its trajectory; also, the conception of the photographic portrait, its importance and development in the covers. First of all, the study seeks to understand, in the context of counterculture, the emergence of Rolling Stone, its ideals, as well as the changes in its identity through the decades. Next, we discuss the photographic portrait and its construction; and also the concept of celebrity. Finally, we analyze the portrait in the covers of Rolling Stone, its differences based on the visions of the photographers Baron Wolman and Annie Leibovitz and how the portrait contributes to the construction of the magazine's identity.

Key-words: Portrait; Rolling Stone; magazine.

LISTA DE FIGURAS

Fig. 01 Capa da edição número 335 da revista <i>Rolling Stone</i>	12
Fig. 02 Capa da edição número 01 da revista <i>Rolling Stone</i>	24
Fig. 03 Capa da edição número 69 da revista <i>Rolling Stone</i>	27
Fig. 04 Anúncio da revista <i>Rolling Stone</i> de 1985.....	30
Fig. 05 Capa da edição número 13 da revista <i>Rolling Stone</i> /Tiny Tim.....	49
Fig. 06 Capa da edição número 14 da revista <i>Rolling Stone</i> /Frank Zappa.....	51
Fig. 07 Capa da edição número 26 da revista <i>Rolling Stone</i> /Jimi Hendrix.....	53
Fig. 08 Capa da edição número 31 da revista <i>Rolling Stone</i> /Sun Ra.....	54
Fig. 09 Capa da Edição número 33 da revista <i>Rolling Stone</i> /Joni Mitchell.....	56
Fig. 10 Capa da edição número 40 da revista <i>Rolling Stone</i> /Jerry Garcia.....	57
Fig. 11 Capa da edição número 49 da revista <i>Rolling Stone</i> /Mick Jagger.....	59
Fig. 12 Capa da edição número 59 da revista <i>Rolling Stone</i> /Little Richard.....	60
Fig. 13 Capa da edição número 76 da revista <i>Rolling Stone</i> /James Taylor.....	62
Fig. 14 Capa da edição número 270 da revista <i>Rolling Stone</i> /Patti Smith.....	63
Fig. 15 Capa da edição número 285 da revista <i>Rolling Stone</i> / <i>The Blue Brothers</i>	65
Fig. 16 Capa da edição número 306 da revista <i>Rolling Stone</i> /Bette Midler.....	66
Fig. 17 Capa da edição número 354 da revista <i>Rolling Stone</i> /Meryl Streep.....	67

Sumário

1. INTRODUÇÃO.....	11
2. PEDRAS ROLANTES NÃO ACUMULAM MUSGO	15
2.1. A década de 60 e a contracultura	15
2.2. Uma breve visão sobre o mercado editorial	21
2.3. <i>A Rolling Stone</i>	22
2.4. A internacionalização da revista e as versões brasileiras	32
3. REFLEXÕES SOBRE O RETRATO E A IMAGEM PÚBLICA	34
3.1. O retrato fotográfico	34
3.2. A relação fotógrafo-fotografado	37
3.3. A construção da imagem da celebridade	39
4. NA CAPA DA ROLLING STONE	43
4.1. A fotografia na capa <i>Rolling Stone</i>	43
4.2. Dois fotógrafos e duas visões	44
4.3. Os retratos na capa da <i>Rolling Stone</i> : delimitação e descrição do <i>corpus</i>	47
4.4. Análise das capas	48
4.5. Considerações gerais sobre a análise	68
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	71
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	73
7. APÊNDICE	76

1. INTRODUÇÃO

A revista *Rolling Stone* nasceu nos Estados Unidos, no meio da efervescência política e cultural dos anos 60, refletindo os anseios de uma juventude que clamava por deixar de lado um passado “careta” e as visões de um futuro mecanizado propagadas pelo molde capitalista, para mergulhar em um novo ambiente impregnado da tríade “sexo, drogas e *rock and roll*”. Seu nome foi tirado de um antigo provérbio que dizia: “uma pedra rolante não acumula musgo”. Essa frase resume bem o cenário no qual a revista foi criada: a contracultura.

Quando se pensa na *Rolling Stone*, é comum achar que seja uma revista sobre música e, de fato, este foi o motivo principal de sua criação. Entretanto, conforme os anos passaram, os interesses de seu público e repórteres se diversificaram e seus universos se ampliaram. Essas transformações foram refletidas em todo o desenvolvimento da revista, desde as mudanças na equipe de funcionários, no conteúdo e estilo das matérias; até na sua estética.

Em relação à estética, a *Rolling Stone* é bastante conhecida por suas capas. Algumas delas, como a de janeiro de 1981, na qual John Lennon está nu, em posição fetal, ao lado de Yoko Ono, são consideradas icônicas. Nos anos 70, a banda *Dr. Hook and the Medicine Show* lançou uma música chamada *The Cover of the Rolling Stone*, cujos versos dizem: “Agora tudo é feito para mexer com nossas mentes/mas nossas mentes não serão realmente mexidas/como o golpe que te pegará quando você vir sua foto/na capa da *Rolling Stone*”¹ (tradução nossa). Estar na capa da publicação transformava artistas desconhecidos em celebridades e também contribuía para manter o sucesso daqueles já conhecidos pelo público.

¹Trecho original: “Now it's all designed to blow our minds/but our minds won't really be blown/like the blow that'll getcha when you get your picture/on the cover of the Rolling Stone.”

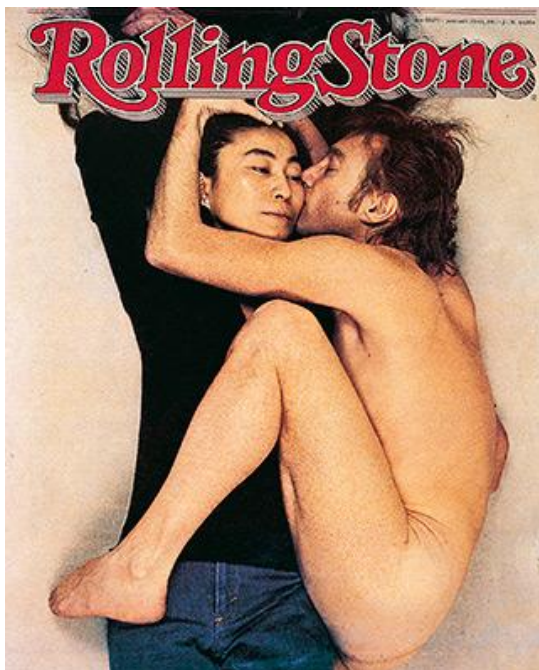


Figura 1 – Edição número 335 da *Rolling Stone* (22 de janeiro de 1981)
Fonte: www.rollingstone.com/coverwall/1981

Em 2017, a *Rolling Stone* irá completar 50 anos, sobrevivendo à chegada da MTV, às crises econômicas e às decisões polêmicas de seu criador, Jann Wenner. Durante todo este tempo de “vida”, a revista mostrou – e ainda mostra – o universo da música, ainda que não se limite a este assunto. Hoje, diversos temas são abordados, como política, moda e cinema. Com diversas versões espalhadas pelo mundo e prêmios conquistados, podemos dizer que a *Rolling Stone*, mesmo tendo começado como uma publicação *underground*, transformou-se em um sucesso comercial.

As motivações para a escolha deste tema vêm dos meus interesses pessoais. O primeiro deles é a grande relação com o universo da música. Desde cedo, acompanho os diferentes cenários musicais, principalmente com a introdução da MTV no Brasil e a popularização de programas de videocliques. Ao longo do tempo, passei a conhecer a música das décadas anteriores, o *rock* de bandas como *Beatles*, *Pink Floyd* e *Mutantes*, o que fez aumentar meu interesse pelo estudo da contracultura. Como a história da *Rolling Stone* e da música a partir dos anos 60 de certa forma se fundem, decidi usar a revista como objeto de estudo. A fotografia também está presente na minha vida há tempos desde que ganhei, na infância, uma câmera fotográfica descartável e fiquei intrigada por aquele pequeno objeto capaz de eternizar momentos; ou quase eternizar, já que estamos falando de uma época na qual as fotografias eram impressas em papel. Ao entrar na Escola da Comunicação da UFRJ, tive um contato maior com o estudo e prática da fotografia por meio das disciplinas oferecidas

na grade curricular. Conversando com a minha orientadora, a professora Teresa Bastos, decidimos trazer o retrato como enfoque, já que este gênero fotográfico sempre esteve presente nas capas da *Rolling Stone*.

A princípio, o objetivo era identificar as mudanças fotográficas na capa através das décadas. Essa tarefa mostrou-se extremamente difícil pelo fato da *Rolling Stone* possuir mais de mil edições impressas, contando só a versão norte-americana. Como a visão do fotógrafo é de suma importância para a construção do retrato, optamos pela escolha de duas referências na fotografia da revista. Annie Leibovitz é, normalmente, o primeiro nome que vem à cabeça quando se pensa nas capas da *Rolling Stone* e, de fato, a sua relevância e contribuição justificam os inúmeros estudos sobre ela. Baron Wolman também é uma figura importante na *Rolling Stone*, pois ele foi o primeiro a traduzir para o papel as imagens e personagens da contracultura que a revista queria mostrar para o mundo.

Ao iniciar a pesquisa, me deparei com a falta de livros em português sobre a trajetória da revista e também com a escassez de traduções. Acredito que este trabalho possa contribuir com outros estudos envolvendo a *Rolling Stone* e penso também que trazer o retrato como enfoque possa chamar a atenção para pesquisas abordando outros ângulos da revista.

Este estudo está dividido em três grandes áreas que se interligam: a *Rolling Stone*, o retrato fotográfico e a junção dos dois. Com o intuito de alcançar os objetivos propostos pelo trabalho, foi feita uma pesquisa bibliográfica que englobou os conceitos de cultura, contracultura, fotografia, celebridade, bem como a história da revista e dos fotógrafos. Assim, foi possível conhecer o objeto de estudo e entender a construção do retrato, possibilitando o embasamento teórico necessário para a análise das capas. Para ilustrar o trabalho e ajudar a situar a revista nos seus contextos temporais, além dos retratos analisados, outras imagens foram utilizadas.

O segundo capítulo, referente ao contexto histórico da *Rolling Stone*, localiza o surgimento da revista na cena da contracultura e também explicita o que foi esse movimento e como ele se relaciona ao conceito de cultura. Há também um panorama sobre o mercado das revistas da época e a história da *Rolling Stone* desde 1967 até aos dias atuais, apontando as suas modificações e posturas durante as décadas. Por último, falamos da internacionalização da revista e da *Rolling Stone* Brasil.

O capítulo três refere-se ao retrato. Primeiro, busca-se situar este gênero fotográfico na história e apresentar os fundamentos que o compõem. A seguir, falamos da importância da relação entre fotógrafo e fotografado e como esta interação influencia no resultado final. O último tópico foca no conceito de celebridade, afinal, a maioria das capas da *Rolling Stone* contém retratos de pessoas famosas, ou então, aparecer na capa da revista as tornou famosas.

O capítulo quatro aborda as questões da fotografia na *Rolling Stone*. Assim, são apresentadas as visões dos dois fotógrafos, suas semelhanças e diferenças. A seguir, tem-se a análise das capas de Baron Wolman, a comparação com os trabalhos de Annie Leibovitz e os resultados depreendidos desta análise.

2. PEDRAS ROLANTES NÃO ACUMULAM MUSGO

O presente capítulo tem por objetivo apresentar os fatores que propiciaram a criação da revista *Rolling Stone* e suas transformações através dos anos. Em primeiro lugar serão revisados os conceitos de cultura e os contextos histórico, sócio-cultural e político da década de 60; bem como o contexto editorial do ano de 1967, ano da edição número um. Os dois últimos tópicos tratam da história da *Rolling Stone* e de suas versões internacionais.

2.1. A década de 60 e a contracultura

Antes de entender a contracultura, é preciso pensar o que é cultura e sua pluralidade de significados. O seu sentido original refere-se ao cultivo de algo, geralmente relacionado a animais e à terra. Com o passar do tempo, surgiram outras denominações para o termo. Falou-se, então, no cultivo da mente, traduzindo-a como um terreno no qual o plantio é a aprendizagem e o conhecimento adquirido, os frutos. Apesar da palavra remeter às sociedades cujo latim era o idioma predominante, foi apenas em meados do século XVIII que os seus estudos foram aplicados à sociedade humana.

Vários autores debruçaram-se para tentar entender a cultura e há muitas conclusões diferentes, porém todos parecem concordar em dois pontos: que ela é uma herança transmitida pelo e para o Homem e que está intimamente ligada ao ambiente natural. De acordo com a autora Lucia Santaella:

[...] a cultura é mais que um fenômeno biológico. Ela inclui todos os elementos do legado humano maduro que foi adquirido pelo seu grupo pela aprendizagem consciente, ou, num nível diferente, por processos de condicionamento técnico de várias espécies, sociais e institucionais, crenças, modos padronizados de conduta. (SANTAELLA, 2004, p.31)

No início do século XIX, os conceitos de cultura e civilização ora se entrelaçaram, ora se afastaram. No final do século XVIII, o termo civilização foi utilizado pelos intelectuais iluministas da França e Inglaterra para denominar o processo gradual de desenvolvimento humano que leva ao “refinamento e à ordem” (THOMPSON, 2011, p.168); e o separam de povos considerados bárbaros e selvagens. Na Alemanha, as palavras *Civilization* e *Kultur* adquiriram conotações diferentes. Enquanto a primeira associou-se a uma visão negativa, remetendo à “polidez e refinamento das maneiras” (THOMPSON, 2011 p.168); a segunda tinha uma conotação positiva, na qual *Kultur* referia-se aos “produtos intelectuais, artísticos e espirituais nos quais se expressavam a individualidade e a criatividade das pessoas”

(THOMPSON, 2011 p.168). Esse contraste entre os dois termos deve-se à estratificação da sociedade alemã do século XVIII, mais especificamente ao embate de parte da nobreza e burguesia que falavam e comportavam-se de acordo com os modos franceses. Intelectuais alemães da época, contratados pela outra parte da nobreza que não dominava o idioma francês, viam na arte e na ciência os subsídios para desenvolver seus próprios produtos intelectuais e artísticos enquanto ironizavam a aristocracia que se propunha a copiar os franceses. Segundo Immanuel Kant, “tornamo-nos cultos através da arte e das ciências” e “tornamo-nos civilizados [pela aquisição de] umavarietade de requintes e refinamentos sociais” (apud THOMPSON, 2011, p.168).

É importante ressaltar que a visão etnocêntrica de cultura muitas vezes tornou-se justificativa para a destruição e subjugação de povos. Temos os exemplos das sociedades americanas, como o império Inca e os indígenas, além da escravização dos negros africanos, entre outros. O contato entre as civilizações foi feito de modo a substituir os costumes que já existiam em prol do molde europeu, considerado superior, e a salvação para povos ditos “bárbaros”.

No final do século XIX, a cultura passou a ser estudada pela Antropologia. Nessa concepção, cultura responde “à trama total da vida humana numa dada sociedade, à herança social inteira e a qualquer coisa que possa ser adicionada a ela” (SANTAELLA, 2004, p.33) e não mais aos conceitos de desenvolvimento da mente e refinamento propagados pela concepção clássica. A Antropologia preocupou-se em estender seus estudos a outras sociedades fora do território europeu.

Os estudos antropológicos buscaram fazer uma análise descritiva utilizando métodos científicos de classificação e comparação. Entretanto, eles ainda mantinham uma visão de superioridade à medida que as análises eram feitas sob o viés evolutivo, isto é, partindo do pressuposto que existiam povos primitivos e evoluídos.

Devido aos vastos significados no conceito de cultura, Thompson desenvolveu uma concepção chamada estrutural, na qual os significados dos fenômenos culturais estão inseridos em contextos sociais estruturados e não devem ser dissociados. O autor assim define o que é essa concepção:

O estudo das formas simbólicas –isto é, ações, objetos e expressões significativas de vários tipos –em relação a contextos e processos historicamente específicos e socialmente estruturados dentro dos quais, e por

meio dos quais, essas formas simbólicas são produzidas, transmitidas e recebidas. (THOMPSON, 2011, p.181)

Segundo o autor Luís Carlos Maciel, cultura “é um produto histórico, isto é, contingente mais acidental do que necessário, uma criação arbitrária da liberdade – cujo modelo supremo é a Arte.”(apud PEREIRA, 1992, p.14-15). Entretanto, mesmo com o passar do tempo e dos estudos antropológicos, ainda há uma herança elitista, ou seja, resquícios da concepção clássica na qual determinados grupos ditam aspectos da cultura que serão valorizados e tudo o que for distante desse padrão é tratado como inferior. Podemos citar como um exemplo disso na atualidade o *funk* carioca. Apesar de ser uma expressão artística musical legítima, geralmente associada a grupos marginalizados pela sociedade e/ou das classes menos abastadas, o ritmo ainda é mal visto por uma parcela da população brasileira. Sobre a elitização cultural, o autor ressalta:

Não há cultura, a rigor – como manifestação de uma inexistente “natureza” humana, por exemplo –, mas culturas, no plural, criadas por diferentes homens em diferentes épocas, lugares e condições, tanto objetivas quanto subjetivas. Elas expressam não a realidade em si, mas diferentes maneiras de ver essa realidade e de interpretá-la. São diferentes leituras do mundo e por nenhum critério pretensamente objetivo podemos afirmar que uma seja mais válida – ou mais ‘objetiva’, ‘verdadeira’, ‘científica’ etc – do que outra. (MACIEL apud PEREIRA, 1992, p. 14-15)

A contracultura, apesar do nome sugerir, não é a negação da cultura em si, desse produto histórico produzido pelo Homem, e sim, a negação de uma visão padrão aliada à noção de progresso. Ao mesmo tempo, podemos entender também que tudo que se afasta do *status quo*, estando ou não no *underground*, pode ser englobado no contexto da contracultura.

De acordo com o autor Carlos Alberto Messeder Pereira, há dois significados para o termo “contracultura”. O primeiro define a palavra como um conjunto de manifestações contrárias às expressões artísticas, políticas e sociais dominantes. O segundo engloba o movimento ocorrido entre as décadas de 60 e 70, sobretudo na primeira. O foco aqui proposto será os Estados Unidos da década de 60, cenário onde a *Rolling Stone* surgiu.

Os anos 50 já vislumbravam um ensaio do que viria acontecer na década seguinte. A Segunda Guerra Mundial tinha acabado em 1945 com os Estados Unidos saindo vitoriosos. Entretanto, os resquícios do conflito ainda pairavam no mundo, a chamada Guerra Fria, com incursões bélicas em outros países e a ameaça constante de novos embates. O resultado positivo proporcionou à sociedade americana uma confiança e a nação pôde crescer, tanto em questões econômicas, quanto populacionais. O movimento negro ganhava força com as

figuras de Rosa Parks e Martin Luther King Jr. O *rock and roll* alçava Elvis Presley ao estrelato ao mesmo tempo que James Dean fazia sucesso no cinema. A corrida espacial começava a deslancar. O movimento *beat* crescia e ganhava mais admiradores, o que viria a servir de inspiração para a contracultura.

A transição dos anos 50 para os 60 trouxe mais questionamentos sobre a sociedade industrial, sobre a visão tecnocrática e também sobre a esquerda política e o Socialismo. Além disso, crescia o descontentamento com a corrida armamentista, especialmente com a Guerra do Vietnã.

E quem eram esses descontentes? Sobretudo a juventude das classes média e alta. Um dos motivos que atribuem a essa parcela da sociedade uma maior participação no contexto dos anos 60 é que a população, nesta época, era em grande parte jovem devido ao fenômeno do *baby boom*, isto é, a explosão demográfica entre 1946 e 1964, após a Segunda Guerra Mundial.

Enquanto a geração anterior aos *baby boomers* era geralmente encaminhada ao trabalho após terminarem a escola, os nascidos nesta época passavam mais tempo no ambiente escolar desenvolvendo, entre outras características, a criatividade e a auto-expressão. Além disso, a publicidade viu nos adolescentes um nicho de mercado bastante interessante e acabou por incitar um culto à diversão.

O resultado foi transformar a adolescência, não no começo da vida adulta, mas num estado por direito próprio: um limbo que nada representa senão o prolongamento de uma infância já por si só permissiva. (ROSZAK, 1972, p.42)

Outro fator importante foi a expansão do ensino superior. De 1950 a 1964, o número de universitários passou de 2.300.000 a 5.000.000 (ROSZAK, 1972, p.44). Essa expansão incluiu a criação de universidades livres e anti-universidades. Dentro destes ambientes, os grupos de estudantes mais velhos ou formados assumiam o papel de liderança, englobando os calouros e estudantes mais jovens no movimento. Quando nos referimos aos integrantes da juventude, é necessário ressaltar que, embora a contracultura tenha abrangido outros movimentos formados por grupos oprimidos pela sociedade, grande parte dos participantes dessa contracultura era formada por homens brancos das classes média e alta.

Contracultura foi o título dado pela imprensa norte-americana às manifestações culturais que ocorreram nos anos 60 em todo o mundo. Embora tenha havido conflitos de

interesses entre os dois em diversos momentos, a alcunha foi absorvida pela juventude, pois era um nome expressivo e auto-explicativo de que havia uma cultura oficializada e outra oposta, que almejava contrariar o *status quo*. Pereira ressalta:

Aos poucos, os meios de comunicação de massa começavam a veicular um termo novo: contracultura. Inicialmente, o fenômeno é caracterizado por seus sinais mais evidentes: cabelos compridos, roupas coloridas, misticismo, um tipo de música, drogas e assim por diante. Um conjunto de hábitos que, aos olhos das famílias de classe social, parecia no mínimo um despropósito, um absurdo mesmo. Rapidamente, no entanto, começa a ficar mais claro que aquele conjunto de manifestações culturais novas não se limitava a estas marcas superficiais. Ao contrário, significava também novas maneiras de pensar, modos diferentes de encarar e de se relacionar com o mundo e com as pessoas. (PEREIRA, 1992, p.8)

A juventude buscava uma identidade própria e essa busca englobava alguns aspectos. Um deles é a liberdade do corpo e a expressão sexual; outro é a questão do misticismo, comumente aliado ao uso de drogas; o pacifismo e os protestos não-violentos, também bastante influenciados por religiões orientais; também temos a valorização do subjetivo e da experiência sensorial do mundo em detrimento ao racionalismo científico; além da música, em especial o *rock*, como um meio de exteriorizar frustrações e desejos. Esses aspectos podem ser percebidos em expressões muito utilizadas como filosofias dos grupos contraculturais, como “sexo, drogas e *rock and roll*” e “paz e amor”.

É importante explicitar quais influências ajudaram a moldar o movimento sessentista e quão distante da sociedade padrão estas ideias estavam. Assim, influenciados pelos *beats*, os jovens prezavam pela valorização do agora, do prazer instantâneo, já que o senso comum sempre apontou para o futuro. Outro ponto relevante trazido pela geração anterior é a questão do misticismo. Este não era visto como algo etéreo, e sim mundano, cujas experiências corpóreas e cotidianas eram tidas como “coisas do Céu” (GINSBERG apud ROSZAK, 1972, p.136). Os jovens viam na filosofia oriental do *Zen* uma forma de se afastar da cultura dominante, que prezava pelo pensamento científico e pela relação racional do homem com a natureza. Roszak (1972, p.132) comenta:

Um gosto eclético por fenômenos místicos, ocultos e mágicos tem constituído uma característica marcante de nossa cultura jovem depois da guerra, desde o tempo dos *beatniks*. Allen Ginsberg, que desempenhou papel importante na promoção do estilo, professa a busca de Deus em muitos de seus primeiros poemas, muito antes de seus colegas haverem descoberto o *Zen* e as tradições místicas do Oriente.

A experiência com drogas foi muito significativa na década de 60. As pesquisas com substâncias alucinógenas começaram no fim do século XIX com William James e Havellock Elis, utilizando o óxido nitroso e o peiote, respectivamente. No início dos anos 40, os efeitos do LSD foram descobertos pelo médico Albert Hoffman e, mais tarde, divulgados para a comunidade científica como possível tratamento para distúrbios psiquiátricos. Com a popularização dos efeitos das drogas alucinógenas, sobretudo o LSD, a juventude passou a utilizar essas substâncias como um tipo de rito espiritual dotado de grande religiosidade. Eles acreditavam que mudar a consciência equivaleria a mudar o mundo e as experiências individuais eram encorajadas.

A relação dos participantes da contracultura com o corpo era de liberdade. Não é incomum ver nos registros fotográficos, imagens de pessoas praticando sexo ou andando nuas em comunidades e festivais sem serem incomodadas ou julgadas. Enquanto a sociedade regular ditava regras como casamento, monogamia, heterossexualidade etc, a contracultura pregava o amor sem amarras sociais e cresciam grupos de empoderamento, como o movimento gay e o feminista. A organização familiar tradicional foi reformulada no ambiente das comunidades *hippies*, nas quais os relacionamentos eram tidos como livres de repressões e sem relações de hierarquia.

As expressões dessa geração sessentista tinham um grande catalisador: a música, em especial o *rock*. O ritmo surgiu na década de 50, nos Estados Unidos, como um híbrido do *rhythm and blues*, do *jazz* e de outros estilos associados à cultura negra americana. A expressão *rock and roll* (balançar e rolar), era uma gíria cujo significado remetia ao sexo. A evolução das tecnologias sonoras e dos meios de comunicação propiciou ao estilo musical alastrar-se pelo mundo. O *rock* serviu perfeitamente aos anseios da contracultura porque também era mal visto pela sociedade padrão. As letras com viés político de Bob Dylan e John Lennon; e danças de cunho sensual, executadas por Elvis Presley e Mick Jagger, parecem inofensivas hoje em dia, mas durante um bom tempo foram consideradas uma ofensa à moral e aos bons costumes. Havia também a atitude do *rockstar*, a imagem do ídolo cuja performance hipnotizava o público, quase como um líder espiritual.

Assim, o desejo de fazer a música chegar às pessoas deu início à era dos festivais dos anos 60. Tivemos entre 1967 e 1969, o *Monterrey Pop Festival*, o *Isle de Wight* e o *Woodstock*, por exemplo. Este último é tido como o de maior destaque para a contracultura. O evento, realizado em agosto de 1969, em uma fazenda no estado de Nova Iorque, contou com

três dias de culto aos símbolos da juventude, cujos objetivos eram a paz, o amor, a música e a cooperação. Sobre a importância do *rock*, Pereira (1992, p.42) comenta:

No quadro da contracultura, o *rock* é um tipo de manifestação que está longe de ter um significado apenas musical. Por tudo que conseguiu expressar, por todo o envolvimento social que conseguiu provocar, é um fenômeno verdadeiramente cultural, no sentido mais amplo da palavra, constituindo-se num dos principais veículos da nova cultura que explodia em pleno coração das sociedades industriais avançadas.

Embora a contracultura não tenha um fim delimitado, alguns fatores representaram um baque para a juventude sessentista. A morte de ídolos como Janis Joplin, Jimi Hendrix e Jim Morrison; a dissolução dos *Beatles*; a repressão violenta da polícia e a pressão social enfraqueceram as bases do movimento. No entanto, as heranças deixadas mantiveram-se vivas e serviram de inspiração para as gerações seguintes.

2.2. Uma breve visão sobre o mercado editorial

Este tópico tem por objetivo traçar um panorama do mercado editorial existente nos Estados Unidos, em 1967, contexto no qual a *Rolling Stone* foi concebida; citar publicações que possam ter influência direta ou indireta na criação da revista, ou que se assemelhavam a ela, seja pelo modelo, conteúdo ou abordagem. Para isso, os exemplos serão separados em três grupos: as revistas de renome, as que abordavam a música como tema principal e as direcionadas aos jovens da contracultura.

O primeiro grupo engloba as revistas já estabelecidas no mercado. Nesta conjuntura, podemos citar a *Esquire*, *Playboy*, *Sports Illustrated* e *GQ*, tradicionalmente associadas ao público masculino; em seguida, temos a *Harper's Bazaar*, *Vogue*, *Glamour* e *Cosmopolitan*, voltadas às mulheres; e por fim, a *Times*, *The New Yorker*, *Life*, *Variety*, *The Atlantic* e *Newsweek*, dividem-se entre os dois gêneros.

Embora todos estes exemplos configurem empreendimentos editoriais bem sucedidos, a revista *Playboy* representou uma inspiração para Jann Wenner na figura de seu líder: Hugh Hefner. Ele construiu uma revista que atingiu um enorme sucesso de vendas baseado em mulheres nuas, mas também oferecendo grandes entrevistas e matérias bem trabalhadas. E, principalmente, Hefner criou o estilo de vida do *playboy*, o *bon vivant* conhecido por estar sempre em lugares sofisticados e rodeado de pessoas interessantes, algo que seduzia Wenner.

As publicações do grupo seguinte, citando-se a *Record World*, *Cashbox* e *Billboard*, abarcavam questões da indústria musical, listas de sucessos e estatísticas. Outros impressos, como a *DownBeat*, *Sing Out!* e a *Guitar Player* possuíam nichos específicos, sendo as duas primeiras voltadas para o *jazz*, o *blues* e o *folk*; e a segunda voltada para instrumentistas. Apesar de também ter como tema central a música, a *Rolling Stone* queria ir além. Ela seria a voz de uma juventude capturada pela magia da música, escrita por essa mesma juventude.

Por fim, o último grupo representa a sociedade da contracultura. A década de 60 certamente foi um momento de intensa produção intelectual e artística. Diversos impressos *underground* foram publicados, muitas vezes de forma amadora. Alguns deles tiveram sucesso e outros desapareceram pelo caminho. Há três publicações semelhantes à proposta da *Rolling Stone* e que antecederam a sua criação. As breves *Mojo-Navigator Rock and Roll News* e *Cheetah*; e a *Crawdaddy!*, uma auto-intitulada “revista de crítica de *rock and roll*” (DRAPER, 1990, p.58), cujo objetivo era analisar o *rock* como um fenômeno cultural sério ao invés de reproduzir uma visão adolescente ou comercial.

No livro *Rolling Stone Magazine: the uncensored story*, o autor Robert Draper aponta que a diferença entre a imprensa padrão e a *Rolling Stone* é que a primeira apresentava uma perspectiva muito distante da cena interna da contracultura e por vezes tida como retrógrada:

Em seus olhos os *hippies* eram um tumulto esperando para ser inflamado; nos seus ouvidos cada banda de São Francisco soava como a outra. Raramente perdiam a chance de alarmar leitores com histórias de surtos induzidos pelo ácido e dano cromossômico. (DRAPER, 1990, p.58, tradução nossa)²

2.3. A *Rolling Stone*

No ano de 1967, um jovem chamado Jann Wenner pegou emprestado 7.500 dólares para começar uma publicação *underground*. Ele, um estudante de jornalismo de 21 anos da universidade de *Berkeley*, queria escrever sobre música, mais especificamente sobre o *rock and roll*, e ter a chance de conhecer seus ídolos.

²Trecho original: “In their eyes the hippies were a riot waiting to be ignited; in their ears San Francisco band sounded like the other. Seldom did they miss the chance to alarm readers with tales of acid-induced freakouts and chromosome damage.”

Nascido em 7 de janeiro de 1946, em Nova Iorque, ele foi registrado como Jan Simon Wenner (mais tarde ele viria a se apresentar soletrando o primeiro nome como Jann). Filho de Ed Wenner e Ruth Simmons “Sim” Wenner, o menino cresceu em um ambiente de classe média alta devido ao êxito dos negócios de seu pai, uma empresa de comida para bebês. A família mudou-se para São Francisco e aumentou de número com o nascimento de duas meninas, Kate e Merlin. Anos mais tarde, os filhos foram enviados para colégios internos e Jann foi estudar na *Chadwick School*, na Califórnia. Lá, ele começou a exercitar seus primeiros dotes jornalísticos escrevendo para o jornal *The Sardine*, mas o tom satírico e crítico das palavras de Wenner fizeram com que o impresso fosse banido após três edições. No último ano, sua aplicação para a Universidade de *Harvard* foi negada e ele, então, foi estudar na universidade de *Berkeley*, ainda na Califórnia.

Durante a faculdade, Wenner entrou em contato com a pulsante cena político-social que ocorria no *campus* e em todo o país: a contracultura. Procurava obter prestígio ao enturmar-se com a alta sociedade da época, invadindo os bailes e namorando moças vindas de famílias de renome. Foi através de uma namorada que conheceu Ralph J. Gleason, um colunista do jornal *San Francisco Chronicle*, que viria a se tornar sócio e jornalista da *Rolling Stone*. Os dois se conheceram em 16 de outubro de 1965, em um *show* em São Francisco. Apesar da grande diferença de idade (Gleason tinha 50 anos quando os dois se conheceram), eles tornaram-se amigos ao dividir o gosto pela música e pelo jornalismo.

Assim, Wenner buscou um lugar no jornal chamado *The Daily Californian*. Sob o pseudônimo de *Mr. Jones*, ficou responsável por escrever uma coluna de música. Nela, também discorria sobre a cena cultural, as alucinações causadas pelo LSD, bem como outras experiências pessoais. Para isso, usava personagens irreais, referências trazidas das músicas que gostava.

Após um período na Inglaterra e desiludido por não conseguir penetrar no mundo das celebridades inglesas, Jann Wenner volta aos Estados Unidos e começa a escrever para alguns jornais de São Francisco. No entanto, ele e Ralph Gleason estavam decididos a criar uma publicação voltada ao cenário social e musical da época.

Então, Jann Wenner foi convidado por um amigo para participar das reuniões de uma nova revista chamada *Straight Arrow*, que seria uma mistura dos impressos *The San Francisco Oracle*, que falava sobre a cena psicodélica; e da revista *Mojo-Navigator Rock and Roll News*, essencialmente sobre música, porém com um projeto artístico mais elaborado. A

ideia foi abandonada, mas dela Wenner retirou o nome para denominar sua própria editora: a *Straight Arrow Publishers, Inc.* O estudante da universidade de *Berkeley* largou a faculdade e, junto com Ralph Gleason, os dois investiram em seu próprio projeto.

Para a primeira edição, A *Rolling Stone* conseguiu dinheiro de anunciantes locais. Gleason sugeriu que ele entrasse em contato com Nick Jones, do tablóide inglês *Melody Maker*, para conseguir material sobre a cena musical britânica. Jones enviou fotos das esposas dos *Beatles* e de John Lennon atuando em um filme que estreava em São Francisco naquele momento, o que seria uma ótima forma de conseguir publicidade gratuita para a revista. As outras imagens da edição ficaram a cargo do fotógrafo Baron Wolman.



Figura 2 – Edição número 01 da revista *Rolling Stone*
Fonte: www.rollingstone.com/coverwall/1967

A *Rolling Stone* foi impressa em 17 de outubro de 1967, com 24 páginas, em formato de tablóide e publicada em 9 de novembro do mesmo ano. O *design* foi copiado do jornal *Sunday Ramparts*. Na capa, vê-se uma foto de John Lennon no filme *How I Won the War* (na versão brasileira, “Como Ganhei a Guerra”). A película em questão, dirigida por Richard Lester, utilizava-se do humor para fazer críticas às guerras, principalmente levando em conta o momento histórico, ou seja, o grande repúdio à Guerra do Vietnã. No contexto da filosofia

de “paz e amor” pregada pelos *hippies*, a escolha da capa não tinha sido acidental. Já na primeira edição, ela mostrou que era uma representante da contracultura. No recheio da revista, havia uma matéria com muitas fotos sobre a prisão dos integrantes da banda *Greatful Dead* por posse de maconha, impressões sobre o *Monterey Pop Festival*, o racismo na TV, além de resenhas de discos. A carta do editor³, Jann Wenner, resume o sentido da publicação:

Você provavelmente está se perguntando o que nós estamos tentando fazer. É difícil de dizer: meio que uma revista e meio que um jornal. O nome é *Rolling Stone*, que vem de um antigo ditado: “uma pedra rolante não junta musgo.” Muddy Waters usou o nome em uma canção que ele escreveu; Os *Rolling Stones* pegaram seu nome da canção de Muddy e “Como uma pedra rolante”, foi o título da primeira gravação de *rock and roll* de Bob Dylan. Nós começamos uma nova publicação refletindo que o que nós vemos são as mudanças no *rock and roll* e as mudanças relacionadas ao *rock and roll*. Porque os jornais comerciais se tornaram tão imprecisos e irrelevantes, e porque as revistas de fãs são um anacronismo, moldadas no molde do mito e do absurdo, nós esperamos ter aqui algo para os artistas e para a indústria, e cada pessoa que “acredita na mágica que pode te libertar”. *Rolling Stone* não é apenas sobre música, mas também sobre as coisas e atitudes que a música abraça. Nós temos trabalhado duro nisso e esperamos que você possa apreciar. Descrever mais seria difícil sem soar como besteira, e besteira é igual a juntar musgo.⁴ (WENNER, 1967, tradução nossa)

A frase “meio que uma revista e meio que um jornal” faz sentido ao analisar as primeiras edições. Apesar da *Rolling Stone* manter o seu formato estético mais próximo ao de um jornal até a sua sétima edição, as matérias tinham um tom muitas vezes subjetivo e parcial, distanciando-as do modelo de escrita de uma publicação jornalística.

O empreendimento recém-lançado ainda não havia conquistado o público e as finanças da *Straight Arrow Publishers, Inc.* iam mal. Na quinta edição, o editor resolve dar como brinde pela assinatura um aparato para fumar maconha. O gesto, significativo em um contexto da contracultura, chamou a atenção do público. Ao longo de 1968, a *Rolling Stone* consegue

³www.rollingstone.com/coverwall<visto em 30/09/16>

⁴Trecho original: “You’re probably wondering what we are trying to do. It’s hard to say: sort of a magazine and sort of a newspaper. The name of it is *Rolling Stone*, which comes from an old saying: “A *Rolling Stone* gathers no moss.” Muddy Waters used the name for a song he wrote; The *Rolling Stones* took their name from Muddy’s song and “Like A *Rolling Stone*,” was the title of Bob Dylan’s first rock and roll record. We have begun a new publication reflecting what we see are the changes in rock and roll and the changes related to rock and roll. Because the trade papers have become so inaccurate and irrelevant, and because the fan magazine are an anachronism, fashioned in the mold of myth and nonsense, we hope that we have something here for the artists and the industry, and every person who “believes in the magic that can set you free.” *Rolling Stone* is not just about music, but also about the things and attitudes that the music embraces. We’ve been working quite hard on it and we hope you can dig it. To describe it any further would be difficult without sounding like bullshit, and bullshit is like gathering moss.”

anunciantes de peso, como as gravadoras *Warner*, *Capitol* e *Atlantic*, trazendo aliados dentro da indústria musical.

A revista muda drasticamente com a chegada de John Burks em 1968. O experiente e eficiente gestor da *Newsweek* via na *Rolling Stone* diversas matérias sem visão crítica, mais como material de divulgação de bandas. As matérias de capa eram mal concebidas e por vezes não tinham relação com as fotografias. Como resultado da entrada de Burks, as entrevistas e fotos com o intuito de bajular os artistas foram deixadas de lado em troca da busca por novos e interessantes ângulos.

A *Rolling Stone* já vinha sendo impressa em duas cores desde a sua terceira edição. A partir da oitava ela diminuiu em tamanho, o que proporcionou um formato mais compacto e agradou à equipe, jornalheiros e leitores. Entretanto, essa diminuição limitou o espaço físico da revista fazendo com que anúncios fossem dispensados mesmo em momentos de grande demanda.

Em 1969, ocorreu o *Woodstock Art and Music Fair*, um grande festival com três dias de duração e que contou com, aproximadamente, 400 mil pessoas. O evento foi organizado sem planejamento de infraestrutura, o que resultou em diversos problemas, como engarrafamentos extensos, falta de banheiros químicos e comida, entre outros. Por esses motivos, o jornal *The New York Times* classificou o *Woodstock* como um “episódio ultrajante”. Entretanto, de acordo com Draper (1990, p.104), os jornalistas da *Rolling Stone* tiveram uma visão diferente:

Um mundo sem dinheiro, mas também sem fome, à medida que todos compartilhavam o que tinham. Pessoas se drogaram aqui mas nenhuma morreu de overdose, e mulheres tiraram suas roupas mas não foram estupradas. Sim, foi um desastre, e uma esplêndida vitória sobre o desastre.⁵
(Tradução nossa)

No final da década de 60 e início dos anos 70, a contracultura e o modelo “paz e amor” fomentado pelos *hippies* sofreram grandes impactos com os episódios violentos do festival de *Altamont*; dos assassinatos causados pelo fanático Charles Manson e seus seguidores; da morte de ídolos (as capas de morte de Janis Joplin e Jimi Hendrix saíram em

⁵Trecho original: “a world without money, but also without starvation, as everyone shared what they had. People were on drugs here but not a soul died of overdose, and women took off their clothes but were not raped. Yes, it was a disaster, and a stunning victory over that disaster.”

duas edições consecutivas); a dissolução dos *Beatles*; além da promessa de paz no Vietnã, quebrada pelo presidente Richard Nixon.

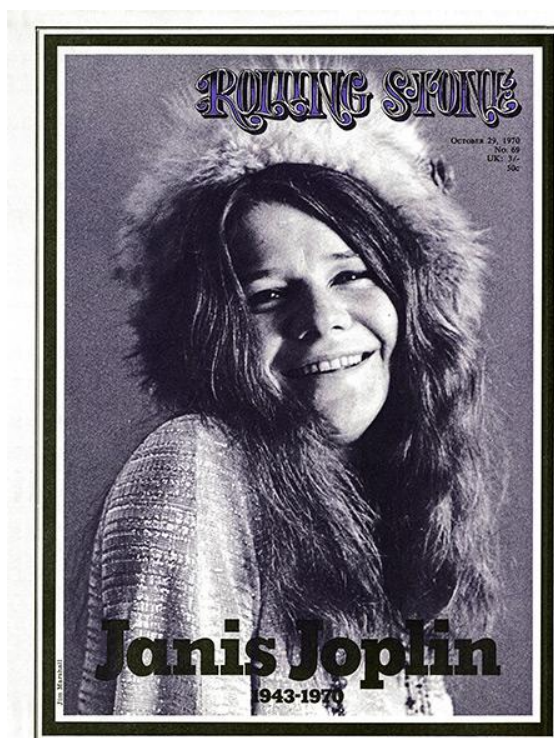


Figura 3 – Janis Joplin, edição número 69, publicada em 29 de outubro de 1970
 Fonte: www.rollingstone.com/coverwall/1970#0069

Em 1969, protestos explodiram em São Francisco e foram duramente reprimidos pelo governador Ronald Reagan, deixando mortos e vários feridos. Alheio a estes fatos, o editor da *Rolling Stone* mantinha-se distante da discussão política referindo-se ao *rock* como “o único caminho no qual o vasto, porém amorfo, poder da juventude é estruturado, o único caminho no qual ele pode ser definido e inspecionado” ⁶ (WENNER apud DRAPER, 1990, pág 121, tradução nossa). A redação da revista preconizava que privilegiar a música já não era suficiente, e sim alienante. Draper (1990, p.122-123) ressalta:

Enquanto a nação enterrava Martin Luther King, Jr., a *Rolling Stone* publicava um obituário do cantor/compositor de “Por que os tolos se apaixonam?” Frankie Lyman; enquanto a América chorava por Robert F. Kennedy, Jann Wenner disparava tiros contra o novo disco do *Cream*. A *Rolling Stone* respondeu à rápida escalção para a Guerra do Vietnã com um artigo mostrando como os soldados fumavam maconha boa no exterior. A eleição de Nixon –um golpe brutal para a contracultura –não garantiu uma

⁶ Trecho original: “the only way in which the vast but formless power of youth is structured, the only way in which it can be defined or inspected.”

menção, visto que a revista estava preocupada com o prepúcio do John Lennon.⁷ (tradução nossa)

O descontentamento da equipe chegava junto com as contas dos altos gastos de Jann Wenner. Duas novas revistas foram lançadas: a *Earth Times*, especializada em assuntos ambientais; e a *New York Scenes*, todas patrocinadas pela *Straight Arrow Publishers, Inc.* As duas apenas consumiram dinheiro e não se firmaram no mercado editorial. Devido à má administração de Wenner, por diversas vezes a *Rolling Stone* correu o perigo de falir. A revista, cada vez mais, perdia membros descontentes com seu o direcionamento e o pouco espaço para a cobertura política.

A saída de grande parte da equipe deu espaço para o surgimento de outros nomes, um dos mais famosos é Hunter S. Thompson. Ele chegou à revista já conhecido por ter sido o criador do jornalismo Gonzo, uma forma de narrativa na qual a escrita é recheada de subjetividade e o narrador se mostra como parte integrante da história. Outro nome importante foi o da fotógrafa Annie Leibovitz. Imersa em mundo majoritariamente masculino, ela imprimiu em suas fotos um estilo único, que a levou ao cargo de fotógrafa-chefe no ano de 1973.

Em 1971, a revista publicou uma matéria em duas partes com John Lennon. As duas edições – lançadas em janeiro e fevereiro de 1971 – continham uma entrevista com respostas polêmicas do ex-*Beatle*, que distribuía ironias sobre seus antigos companheiros de banda e outras personalidades. As revistas atingiram enormes vendagens, contribuindo para a ressurreição das finanças da *Rolling Stone*. A reportagem de Hunter S. Thompson, *Fear and Loathing in Las Vegas*, publicada nas edições de 11 e 25 de novembro de 1971, também foi sucesso de vendas. Com isso, Thompson alcançou *status* de celebridade, alavancando ainda mais as vendagens da *Rolling Stone* a cada artigo assinado com seu nome.

As mudanças também atingiram a parte estética. A revista passou a ser impressa em quatro cores (antes era bicolor), além de contar com um formato maior. O aumento no tamanho das páginas significou um maior espaço para matérias longas e uma maior inserção

⁷Trecho original: “While the nation buried Martin Luther King, Jr., Rolling Stone published an obituary of “Why Do Fools Fall in Love?” singer/songwriter Frankie Lyman; while America cried for Robert F. Kennedy, Jann Wenner fired bullets at the new Cream album. Rolling Stone responded to the rapid escalation of the Vietnam War with an article showing how soldiers were smoking good weed overseas. Nixon’s election – a brutal blow to the counterculture – did not warrant mention, as the magazine was preoccupied with the John Lennon’s foreskin.”

de anúncios, antes limitados pelo espaço físico. Os nichos de publicidade também foram ampliados, incluindo anúncios de cigarros, marcas de produtos eletrônicos e bebidas. Esses anúncios não eram permitidos anteriormente por não estarem de acordo com os preceitos da cultura *underground*. Segundo Draper (1990, p.242), a inserção de novos tipos de publicidade fez com que a receita aumentasse em 50% em 1974 e mais 50% em 1975, este último marcado por uma crise econômica mundial.

Durante a década de 70, a *Rolling Stone* abandonou de vez as restrições de apenas reportar a música e suas peculiaridades. Em 1972, foram publicadas quatro capas relacionadas à política, duas a mais que o maior registro até então, em 1968. Editorias de cinema e de ficção foram criadas e, ao mesmo tempo, assuntos como corrupção policial e *aliens* tornavam-se pauta. “Todas as notícias que se encaixam”⁸ (DRAPER, 1990, p.179, tradução nossa) passou a ser o seu lema, em uma tentativa de englobar todos os assuntos que passaram a ter um espaço outrora negado.

Os anos 70 também trouxeram uma maior participação das mulheres em cargos de chefia. Marianne Patridge foi contratada como chefe de copidesque e percebeu que muitas mulheres da equipe possuíam altos graus de instrução, porém estavam em cargos menores. Com isso, Patridge levou-as para funções de maior responsabilidade dentro da redação. Outro exemplo é de Annie Leibovitz, cujo posto de fotógrafa-chefe possibilitava acesso a ambientes e pessoas que outros membros não tinham.

Entretanto, a cidade de São Francisco, lar da revista, não era mais a mesma. Aquela efervescência social já não era tão forte quanto na década de 60 e isto transparecia em suas páginas. O cenário cultural apontava para uma mudança à medida que as pessoas, lugares e acontecimentos importantes estavam em outro lugar. Além disso, Jann Wenner sempre foi visto como uma pessoa que gostava de estar em meio às celebridades. Em 1977, ele e a *Rolling Stone* mudam-se para Nova Iorque, o que significou uma reestruturação no conteúdo publicado. Seguindo o modelo de revistas como a *Times*, os textos diminuíram em tamanho, notícias sobre famosos passaram a ser um assunto recorrente e os artistas fora do âmbito musical passaram a estampar mais capas da publicação. A *Rolling Stone*, que antes se orgulhava de estar à frente dos acontecimentos, passou a seguir tendências, saindo do mundo *underground* para o *mainstream*.

⁸Trecho original: “All the news that fits”.

Nesse contexto, o público que a *Rolling Stone* queria atingir havia mudado. Se antes, ela era símbolo dos *hippies*, agora ela estava alinhada com a cultura padrão. Essa mudança mostra-se visível na série de campanhas publicitárias que a revista lançou na década de 80, cujo objetivo era aumentar o número de anunciantes. Os anúncios mostravam uma imagem típica da contracultura com a palavra “percepção” e outra imagem, seguida da palavra “realidade”, representando o ideal moderno.



Figura 4 – Publicidade da revista *Rolling Stone* (1985)

Fonte: www.walkerart.org/minnesotabydesign/objects/perception-reality

Durante a década de 80, a revista toma rumos diferentes em seu conteúdo e a forma de reportá-los. A música perdia espaço e ganhava outros ângulos, como por exemplo, enfatizar mais as tendências sexuais de David Bowie do que o lançamento de suas músicas. O *rock and roll* já não era mais um evento extraordinário, um símbolo de uma geração contestadora, e tornou-se parte do cotidiano. O mercado musical abria espaço para novos ritmos como o *disco*, o *new wave* e a música eletrônica.

A receita de publicidade tinha diminuído pelo fato dos anunciantes associarem a *Rolling Stone* a uma publicação jovem demais. “Os maiores clientes não estavam mais interessados por revistas que atendiam ao grupo de idade de 18-24 anos. Os *baby boomers*

estavam crescendo, tendo filhos, agitando cada vez menos.”⁹ (DRAPER, 1990, p.320, tradução nossa). E, de fato, as pesquisas encomendadas pela publicação apontaram para uma média de idade de 18 anos. Com isso, ela passa a enfatizar a TV e o cinema em um esforço para aumentar o intervalo de idade dos leitores para 25-34 anos. Assim, foram lançadas capas com atores famosos, como Sean Connery e Jessica Lange, que acabou por atrair leitores de mais 35 anos, acima do esperado. No entanto, os publicitários já estavam buscando uma nova fatia do mercado que ganhava cada vez mais espaço: os telespectadores da *Music Television* (MTV).

A MTV surgiu no ano de 1981, criada por Bob Pittman. Quando consultado a respeito do projeto, Jann Wenner disse que nunca iria funcionar porque “as pessoas não querem ouvir a mesma coisa de novo e de novo, dia sim e dia não.”¹⁰ (WENNER apud DRAPER, 1990, p.335, tradução nossa). Entretanto, no ano de 1983, o canal de televisão já havia conquistado o público e revolucionado a forma de se consumir música. Os videocliques se popularizaram. A MTV, diferente do rádio, “atribuiu rostos a sons”¹¹ (DRAPER, 1990, p.335, tradução nossa) e proporcionou um tipo de imagem que as revistas, como a *Rolling Stone*, jamais poderiam fazer. Segundo o fotógrafo Baron Wolman:

Creio que as coisas mudaram com o advento da MTV, quando os músicos começaram a se ver, e aos outros, em vídeos de música na TV. Eles pensaram: ‘Ah, precisamos ficar assim e precisamos ficar assado’. A MTV mudou tudo. Os empresários também mudaram as coisas para nós, tanto quanto às bandas. Há um excesso de pessoas envolvidas, o que nos afasta mais daquela situação individual em que algo especial pode acontecer. (2012, p. 27)

Dessa forma, a emissora apareceu como uma possível ameaça à *Rolling Stone*, já que a televisão parecia ser mais interessante que a imagem estática de um impresso. No entanto, o resultado foi o contrário. Com a ajuda da MTV, a revista de Jann Wenner recuperou o público jovem ao voltar a servir de referência para esse público. Os dois veículos viviam em uma relação de cooperação mútua, na qual os artistas descobertos pelo canal auxiliavam na escolha de futuras pautas, ao passo que a MTV oferecia publicidade gratuita à *Rolling Stone* citando seu nome e conteúdo durante a programação.

⁹ Trecho original: “The baby boomers were growing up, having children, rocking out less and less.”

¹⁰ Trecho original: “People don’t want to hear the same thing again and again, day in and day out.”

¹¹ Trecho original: “It attached faces to sounds.”

O impacto da MTV foi imenso. Rapidamente, novas bandas começaram a aparecer e artistas esquecidos repaginavam o visual para voltar à mídia. Assim, passou-se a valorizar a estética. Cantores com um maior apelo visual, como Cindy Lauper, Boy George e Michael Jackson subiam no topo das paradas e ilustravam as capas da *Rolling Stone*. Nesse contexto, a revista decidiu alcançar o mercado da moda incluindo publicidade de marcas como a Benetton. De acordo com Draper (1990, p.348), 20 anúncios de moda foram publicados durante o ano de 1986; dois anos mais tarde o número girou em torno de 500.

Na década de 90, a *Rolling Stone* continuou a dar ênfase aos leitores mais jovens, direcionando o seu conteúdo para um público interessado em programas de TV, atores e música *pop*. Com isso, a revista sofreu duras críticas por priorizar a imagem e o estilo ao invés do conteúdo e da essência.

Em 2008, a *Rolling Stone* diminuiu seu tamanho para o padrão de uma revista¹². Atualmente, ela é considerada uma publicação de conteúdo variado, com uma inclinação para a música. Seu público engloba tanto jovens quanto adultos, sendo a idade média de 35,3 anos¹³. Pode ser encontrada nas versões impressa e digital, além do conteúdo suplementar disponível no *website*. Possui ainda páginas no *Facebook*, *Twitter* e *YouTube*. Atualmente, Jann Wenner continua à frente dos negócios e ocasionalmente assina artigos.

2.4. A internacionalização da revista e as versões brasileiras

No começo do ano de 1969, Jann Wenner criou junto com o vocalista da banda *The Rolling Stones*, Mick Jagger, a editora *Trans Oceanic Comic Company Limited*. Em junho do mesmo ano surgia, na Inglaterra, a primeira versão estrangeira da *Rolling Stone*. As disputas sobre os rumos da publicação ocasionaram seu fim em 1972. Ainda nesta década apareceria a revista australiana e a primeira versão brasileira.

Nos anos 70, os efeitos da contracultura já haviam se alastrado pelo mundo e os seus reflexos eram sentidos no Brasil. O rádio e a televisão popularizaram a música de bandas e cantores como os *Beatles*, Janis Joplin, Bob Dylan, entre outros. Havia o som nacional, como a Jovem Guarda e o Tropicalismo, também influenciados, principalmente, pelo que vinha dos Estados Unidos e Inglaterra.

¹² www.nytimes.com/2008/08/11/business/media/11mag.html?em=<visto em 13/10/2016>

¹³ www.srds.com/mediakits/rollingstone/Rolling%20Stone%20Media%20Kit%202016.pdf <visto em 13/10/2016>

Em 1971, um físico inglês chamado Mick Killingbeck adquiriu os direitos de publicação da *Rolling Stone* e convidou Luiz Carlos Maciel – já conhecido por assinar a coluna *Underground* do jornal *O Pasquim* e por ter ajudado a criar o impresso *Flor do Mal* – para produzir uma versão nacional. Em novembro do mesmo ano, surgia a edição zero da *Rolling Stone* brasileira, como uma representante da juventude contracultural do país. Entretanto, devido à falta de pagamento de *royalties* à matriz americana, o conteúdo estrangeiro parou de ser enviado. A revista continuou a ser publicada com a inscrição “pirata” na capa, localizada logo abaixo do logotipo, mas apesar dos esforços em manter a publicação, em 1973 ela encerrou suas atividades.

As filiais da Argentina, Colômbia (distribuída para Equador, Peru, Panamá e Venezuela), Alemanha e Espanha foram lançadas nos anos 90. Na década seguinte, a *Rolling Stone* abre suas portas para o mundo a partir de uma política de expansão comercial. Nesse contexto, novas edições foram criadas em países como Índia, França, Japão, China, México e Brasil.

A segunda versão brasileira foi lançada em outubro de 2006, pela *Spring Comunicações*, e contém na capa a modelo Gisele Bündchen. Sobre o conteúdo da revista, o editor da publicação, Ricardo Cruz (2016, p.12), afirma no editorial:

A *Rolling Stone* apresenta mensalmente um conjunto equilibrado de artigos e matérias produzidas no Brasil e conteúdo extraído diretamente da matriz norte-americana. Música é o pilar fundamental de nossa linha editorial, mas não é de maneira nenhuma nossa única área de atuação [...].

As edições do Brasil e dos Estados Unidos mantêm um perfil de leitores parecido, formado por jovens adultos¹⁴. O modelo de narrativa da sucursal brasileira é bastante influenciado pela matriz, que ficou conhecida por valorizar o Novo Jornalismo e as reportagens longas. As capas também seguem o mesmo padrão, focando no retrato fotográfico, além de possuírem o mesmo *design*. Embora semelhantes em diversos aspectos, a versão americana é quinzenal, enquanto a correspondente brasileira é mensal.

¹⁴ www.springcom.com.br/media/mediakit/RS_MIDIAKIT_2011_SPRING.pdf <visto em 13/10/2016>

3. REFLEXÕES SOBRE O RETRATO E A IMAGEM PÚBLICA

O objetivo deste capítulo é a discutir questões pertinentes ao retrato e à imagem da celebridade, já que elas são os personagens presentes nas capas da revista *Rolling Stone*. Em um primeiro momento, será apresentada a construção do retrato, a sua função, seus elementos constituintes e suas relações com o retratado, com o fotógrafo e com o espectador. O segundo tópico focará na interação entre o fotógrafo e o fotografado, já que esta conexão é de suma importância para a criação da imagem. Por último, será apresentado o conceito de celebridade, como ela é criada e o uso de sua imagem pela indústria cultural.

3.1. O retrato fotográfico

O retrato fotográfico surge a partir da invenção da fotografia, na primeira metade do século XIX. Havia o desejo de destacar uma pessoa, de imortalizá-la, o que antes era feito pela pintura. Entretanto, os retratos pictóricos eram demasiado caros e, assim, ficavam restritos às elites. Com a fotografia, o retrato tornou-se mais acessível e rapidamente conquistou a crescente classe burguesa. Assim, os retratos passaram a fazer parte do cotidiano. Segundo Teresa Bastos (2015, p.128):

O *portrait*¹⁵ está nos jornais, como “bonecos” ou estigmas identitários. Na publicidade, vendendo e chamando a atenção para produtos. Na arte, como expressão subjetiva do artista, ou como desconstrução da representação. Nas redes sociais para “demonstrar intimidade pública”. Nos álbuns de família, onde evidencia-se o culto à memória.

O retrato é comumente visto como uma forma de identificar uma pessoa e, nesse contexto, é usado como prova documental por diversas instituições oficiais. Temos o retrato na identidade, passaporte, registro policial de criminosos etc. Quando vemos a imagem de alguém em uma fotografia, identificamos sua presença “congelada” pelo fotógrafo. Entretanto, vemos não o indivíduo em si, mas uma imagem semelhante a ele. “Saímos, então do mundo da identidade real para a virtual, em que a imagem corresponde à falta do objeto, já que ela vale como signo/representação do que está ausente” (BASTOS, 2007, p.36).

¹⁵ A autora optou pelo uso do termo em francês *portrait*, pois a tradução para o português, retrato, tornou-se sinônimo de fotografia de um modo geral.

Portanto, temos no retrato uma noção de passado. Necessariamente há, em algum momento, o encontro do fotógrafo e do fotografado em um determinado local. De acordo com Barthes, no livro *A Câmara Clara* (1984):

A pintura pode simular a realidade sem tê-la visto. O discurso combina signos que são, na maior parte das vezes, quimeras. Na fotografia, jamais se pode negar que a coisa esteve lá, realidade e passado. Há dupla posição conjunta: de realidade e de passado. (BARTHES, 1984, p.115)

A construção do retrato baseia-se não somente na captura da imagem do modelo, não só naquilo que ele mostra, mas também sofre influência da perspectiva do fotógrafo, o que Teresa Bastos (2007, p.43) chama de “duplo espelhamento”. Além disso, o espectador também reflete suas próprias projeções no momento em que observa e lê o retrato. De acordo com a autora:

Quem aparece registrado na imagem é o modelo; através dele, o eu do fotógrafo se constrói. Ele não precisa estar mais lá, pois sua escolha e tudo o que o importou para o clique, já foi registrado. O ângulo, a lente, a cor, o fundo, a luz, o figurino, enfim, a cena, a atmosfera do ar, o “ar”, o tom que o retrato passou a ter e que se dá a ver ao espectador para a contemplação. Este, por sua vez, decifra determinada escritura fotográfica não só graças à luminosidade física, mas igualmente sob a luz dos seus afetos e lembranças. (BASTOS, 2007, p.43-44)

Para Barthes, o retrato teria quatro espelhamentos, chamados por ele de “imaginários”, que são: “aquele que se pensa que é, aquele que se queria que os outros acreditassem que fosse, aquele que o fotógrafo acha que pessoa é, e aquele que ele se serve para exibir sua arte” (BARTHES, 1984, p.21-22), ou seja, temos a imagem que pensamos ter e nossa projeção em relação a ela; e temos também a projeção do fotógrafo em relação a nós e em relação ao espectador.

No âmbito do retrato, a pose é de extrema importância na construção dessa representação do indivíduo. A pose é capaz de revelar informações sobre quem é o retratado ou pode até simular essas informações por meio da construção de personagens. “Assim, para uma pessoa, uma pose pode servir como uma estratégia protetora ou tela de fumaça, e para outra, revelar traços de personalidade que normalmente são ocultados” ¹⁶ (ALEXANDER, 2000, p.152, tradução nossa). Barthes vê, na pose, o pilar fundamental da elaboração da fotografia:

¹⁶Trecho original: Thus for one person a pose might serve as a protective strategy or smoke screen, and for another disclose personality traits that are normally concealed.”

o que funda a natureza da Fotografia é a pose. Pouco importa a duração física dessa pose; mesmo no tempo de um milionésimo de segundo (a gota de leite de H.D. Edgerton), sempre houve pose, pois a pose não é aqui uma atitude do alvo, nem mesmo uma técnica do *Operator*, mas o termo de uma “intenção” de leitura: ao olhar uma foto, incluo fatalmente em meu olhar o pensamento desse instante, por mais breve que seja, no qual uma coisa real se encontrou imóvel diante do olho. Reporto a imobilidade da foto presente à tomada passada, e é essa interrupção que constitui a pose. (BARTHES, 1984, p. 117)

A autora Darsie Alexander aponta ainda uma distinção na linguagem corporal entre a pose fabricada, clicada em um ambiente direcionado para esse fim e a pose espontânea, diante do clique-surpresa em um ambiente informal:

As composições evidentemente posadas contrastam nitidamente com a linguagem complexa e sutil do corpo, quando são descobertas. Em trabalhos posados, gesto, expressão facial e comportamento são codificados para retransmitir significados e mensagens específicas. No entanto, quando os sujeitos são retratados fora do ambiente controlado de um estúdio ou um ambiente estruturado, sua linguagem corporal é muitas vezes determinada pelas condições imprevistas do momento.¹⁷ (ALEXANDER, 2000, p.158-160, tradução nossa)

Annateresa Fabris (2004, p.57) identifica o retrato como um universo no qual um sujeito pode multiplicar suas identidades; e essas identidades podem ser semelhantes ou diferentes do próprio sujeito. Segundo a autora:

“Semelhança” e “diferença” imbricam-se necessariamente no retrato, uma vez que ele pode afirmar tanto a unicidade da pessoa na multiplicidade dos sujeitos (personagens com traços de outros modelos) quanto a multiplicidade das pessoas na unicidade do sujeito (as diferentes máscaras que um retratado pode assumir). (FABRIS, 2004, p.57-58)

Sobre a questão da encenação de personagens, geralmente pensamos em obras da literatura, ou então atores no momento da performance. O autor Luiz Costa Lima (1991, p.46) acredita que a *persona* é parte do ser humano, no qual há uma distinção entre ser biológico, que é natural; e *persona*, que é construída socialmente por este ser através de papéis. Para exemplificar isto, o autor recorre a um trecho do escritor Michel de Montaigne, no qual podemos ler: “se estou bem de saúde e faz um belo dia, eis-me homem afável; se tenho um

¹⁷Trecho original: Overtly posed compositions contrast sharply with the complex and subtle language of the body when caught un-awares. In posed works, gesture, facial expression, and comportment are encoded to relay specific meanings and messages. However, when subjects are pictured outside the controlled environment of a studio or a set-up environment.

calo que me aperta o dedo, eis-me descontente, desagradável e inacessível” (MONTAIGNE apud LIMA, 1991, p.46). Assim, utilizamos as *personas* de acordo com as interações sociais.

Outro ponto de suma importância no retrato é o rosto, pois ele é o que diferencia uma pessoa da outra. Nele, também são construídas as expressões faciais, que irão ajudar a identificar as emoções do modelo, ou escondê-las. Além disso, é nele que podemos ter a noção de passagem do tempo, ao ver traços que identificam a velhice, ou uma determinada época, por exemplo; um conceito de beleza, entre outros. Ainda, é possível usar no rosto artifícios para a construção de personagens, como a maquiagem, a luz e pintura. De acordo com Bastos (2007, p.35) “olhar um rosto no *portrait* é quase sempre dar-lhe uma identidade. É, na maioria das vezes, deixar que ele nos conduza a uma determinada personalidade [...]”, mas a autora lembra que o rosto no retrato fotográfico é um enigma, pois “carece de forma” (BASTOS, 2007, p.181), e que esta forma é concebida pelo fotógrafo e pelo espectador.

Portanto, sabendo que o *portrait* é “palco” onde diversos imaginários, reflexos e representações atuam, veremos, neste trabalho, o retrato fotográfico como forma de identificação das *personas*, da construção delas baseada em suas expressões faciais, poses, e outros elementos que possibilitem a leitura por parte do espectador, além disso, veremos também o espelhamento do fotógrafo na criação das obras.

3.2. A relação fotógrafo-fotografado

Algumas pessoas sentem-se desconfortáveis e temerosas ao serem fotografadas. Parte disso deve-se, a meu ver, à imposição da câmera e o ato de exposição que ela proporciona; e outra parte deriva do encontro com outro ser, o fotógrafo. É certo que a relação entre fotógrafo e fotografado nem sempre apresenta uma sensação negativa, visto que algumas pessoas sentem-se à vontade na presença de uma câmera e de seu operador. Segundo Barthes, “a partir do momento em que me sinto olhado pela objetiva, tudo muda: preparo-me para a pose, fabrico instantaneamente outro corpo, metamorfoseio-me antecipadamente em imagem” (BARTHES, 1984, p.22).

Dessa forma, percebi durante a pesquisa, que uma das grandes preocupações dos fotógrafos é a de fazer com que o modelo sinta-se à vontade na sua presença, de fazer uma conexão com ele. De acordo com o primeiro fotógrafo da *Rolling Stone*, Baron Wolman:

Para mim, retrato tinha mais a ver com você deixar seu fotografado à vontade. Se eu conseguisse fazer isso, eles dariam algo mais íntimo a você,

algo sobre eles mesmos. Eles relaxariam e não posariam, eles perderiam a ansiedade advinda de ser fotografado. (2012, p.24)

Embora, muitos fotógrafos entendam que é papel deles iniciar essa interação fazendo com que o fotografado sinta-se confortável, a fotógrafa Annie Leibovitz não toma para si esta obrigação, segundo ela:

Eu nunca deixo ninguém à vontade. Sempre pensei que isso fosse um problema deles. Ou eles estavam à vontade ou não estavam. Isso era uma parte do que era interessante sobre uma foto. Deixar as pessoas à vontade não é parte do que eu faço [...]. Eu sei, entretanto, que deixo as pessoas à vontade porque sou muito direta. Estou lá simplesmente para tirar a foto e é isso.¹⁸ (LEIBOVITZ, 2008, p.215, tradução nossa).

No documentário *Life Through a Lens* (2007), Leibovitz comenta que, para um ensaio, ela passa dois ou três dias com o fotografado a fim de adquirir uma maior compreensão e profundidade sobre ele. No livro, *Annie Leibovitz at Work* (2008, p.216), ela entende o momento da fotografia como uma colaboração entre as duas partes.

Quando fotografamos alguém conhecido, é comum pensar que saberemos como retratar aquela pessoa, pois a conhecemos previamente. No entanto, nem sempre o fotografado está aberto à experiência de deixar-se fotografar. De acordo com Bastos (2007, p.181): “o fato de conhecermos alguém nem sempre quer dizer que teremos intimidade com esse alguém. Muitas vezes fotografamos melhor quem pouco conhecemos e passamos a ter uma intimidade temporária, passageira.”

Assim, a relação entre fotógrafo e fotografado é importante para a construção do retrato. Apesar de diferirem na forma como tratar o modelo, os fotógrafos parecem concordar que é necessário um tipo de conexão de modo a permitir uma certa intimidade. Bastos (2007) explica que essa noção de intimidade pode ser obtida de diversas formas:

pela escolha da lente, enquadramento da cena, efeitos de cópia, iluminação, observação atenta e intuitiva do modelo, bem como pela relação temporária que se consegue criar com o retratado. Esta independe de conhecimento prévio, é antes uma disposição para se tornar íntimo do que propriamente uma intimidade pré-existente. (BASTOS, 2007, p.40-41)

¹⁸Trecho original: I never set anyone at ease. I always thought it was their problem. Either they were at ease or they weren't. That was part of what was interesting about a picture. I know, however, that I do set people at ease because I'm very direct. I'm there simply to take a picture and that's it.

3.3. A construção da imagem da celebridade

Os rostos estampados nas capas de revistas não são apenas rostos de pessoas iguais a todas as outras. Apesar dos traços comuns a todos os seres humanos, por trás dessas personalidades existe algo que as torna diferentes do resto do mundo: a fama. Segundo o autor Chris Rojek (2008, p.11), a palavra celebridade deriva de dois termos latinos: *celebrem*, que faz alusão à “fama” e “estar aglomerado”; e *célere*, que significa “veloz”. Nesse contexto, podemos dizer que celebridade é um conceito associado a algo que é rápido, temporário e relacionado a um público.

Para Rojek (2008, p.11), torna-se celebridade devido à “atribuição de *status* glamouroso ou notório a um indivíduo dentro da esfera pública”. O autor explica que há uma diferença entre os termos “*glamour*” e “notoriedade”, em que o primeiro sugere um reconhecimento público favorável enquanto, no segundo caso, esse reconhecimento seria desfavorável. Outro ponto discutido por ele é a questão do termo “renome”, que remete ao reconhecimento de um indivíduo dentro de um determinado grupo social no qual ele está inserido. Podemos citar como exemplo, um cientista cujas descobertas repercutiram em seu meio.

As celebridades não são exclusivas dos tempos atuais. Na antiguidade, elas estavam relacionadas às divindades e, por conseguinte, aos seus “representantes na Terra”: os reis e nobres. Rojek (2008, p. 11) explica que o significado moderno do termo vem da queda dos deuses e da elevação dos governos democráticos. Com o enfraquecimento da nobreza nos séculos XVII e XVIII, as celebridades passaram a ser criadas por meio do esforço próprio, e não mais à ideia da descendência divina restrita a um grupo de pessoas. Assim:

Com o desenvolvimento da sociedade moderna, as celebridades preencheram a ausência gerada pela decadência da crença popular no direito divino dos reis, e a morte de Deus. A Revolução Americana buscou derrubar não apenas as instituições do colonialismo, mas a ideologia do poder monárquico também. Ela as substituiu por uma ideologia alternativa, em certos aspectos não menos imperfeita e fantástica: a ideologia do homem comum. Essa ideologia legitimou o sistema político e sustentou o comércio e a indústria, contribuindo assim imensamente para a transformação da celebridade em mercadoria. (ROJEK, 2008, p.16)

Até o século XVII, “quase nenhuma prensa de tipografia tinha licença para funcionar nas províncias inglesas” (ROJEK, 2008, p.113). A partir do século seguinte, a maior concessão de licenças promoveu a expansão dos meios de comunicação impressos possibilitou o aumento do número de publicações e de leitores. Multiplicaram-se os jornais,

panfletos, histórias em quadrinhos, folhetins etc. A competição entre eles fez com que adotassem estratégias para valorizar os seus conteúdos, propiciando o que Rojek (2008, p.112) chama de “estetização do cotidiano”.

Dessa mesma forma, o advento da fotografia, no século XIX, também contribuiu fortemente para a propagação do rosto público e para a ascensão da cultura da celebridade. Em um primeiro momento, ficou restrita a uma pequena parcela da população, devido ao seu alto custo. Entretanto, com as inovações técnicas, foi possível produzir mais fotografias a partir de um negativo. Nesse contexto, Rojek (2008, p.137) cita a *carte-de-visite* (uma invenção do fotógrafo francês Disderi composta de um cartão com um retrato e uma assinatura), como uma forma de disseminação da imagem pública. O autor comenta:

A câmera de Disderi tirou dez fotografias de uma única placa de vidro, oferecendo, portanto ao público lembranças fotográficas mais baratas produzidas em massa. Desde a década de 1860, *cartes de celebridades* distintas como a rainha Vitória, Longfellow e Ulysses Grant foram avidamente colecionadas por fãs. [...] A mania das *cartes* durou até o século XX, inclusive, quando se tornou tão ampla que cartões mostrando esportistas, mulheres, atores e atrizes famosos eram incluídos de graça nos maços de cigarros. (ROJEK, 2008, p.137)

Assim, a cultura de massa, por meio da mídia e da publicidade, apropriou-se de certas pessoas com o objetivo de vendê-las como mercadoria, apelando para os sentimentos de admiração, mas também de empatia por parte do público consumidor. A celebridade passou a ser um bem público rentável como um produto, mas também comercializado em um mercado subjetivo relacionado aos sentimentos. Rojek (2008, p.17) cita o exemplo de assassinos famosos, que recebiam em suas celas cartas e até pedido de casamento de fãs.

Além disso, estudiosos acreditam que a celebridade possa ter uma função política, cujo objetivo seria o controle e alienação da população. Chris Rojek faz referência à visão do autor David Marshall no livro *Celebrity and Power*, na qual este controle aconteceria na forma de “modelos de papel adequados, contos morais que reconciliam pessoas comuns com a sua subordinação ou oferecem um escapismo para as dificuldades da vida” (ROJEK, 2008, p.41).

No livro, *Cultura de massa no século XX*, Edgar Morin usa as palavras “olimpianos” e “vedetes” para designar não apenas “os astros de cinema, mas também os campeões, príncipes, reis, *playboys*, exploradores, artistas célebres, Picasso, Cocteau, Dali, Sagan” (MORIN, 1990, p. 105), ou seja, personagens da cultura de massa. O autor atribui aos olímpianos uma dupla natureza, na qual eles são seres divinos às vistas do público e humanos

em suas vidas particulares. Sobre essa duplicidade dos olímpianos, Morin (1990, p.107) ressalta:

Um Olimpo de vedetes domina a cultura de massa, mas se comunica, pela cultura de massa, com a humanidade corrente. Os olímpianos, por meio de sua dupla natureza, divina e humana, efetuam a circulação permanente entre o mundo da projeção e o mundo da identificação. Concentram nessa dupla natureza, um completo virulento de projeção-identificação. Eles realizam os fantasmas que os mortais não podem realizar, mas chamam os mortais para realizar o imaginário.

Rojek (2008, p.13) chama essa dupla natureza de “eu-público” e “eu-privado”. Segundo ele, na sociedade moderna, o eu-público é uma “fachada” e sua presença ao público é “encenada”. Ele observa ainda que a separação entre essas duas *personas*, a pública e a privada, muitas vezes gera conflitos, como por exemplo, quando um ator é confundido com seu personagem.

Embora os dois autores reconheçam que as celebridades possuem categorias diferentes, irei priorizar a abordagem de Rojek, pois a considero mais abrangente. Sendo assim, o autor apresenta os conceitos de celebridade “conferida, adquirida e atribuída” (ROJEK, 2008, p.20), em que o primeiro tipo refere-se à linhagem nobre (o caso de reis, princesas etc.); o segundo tipo representa indivíduos celebrados por seus talentos e realizações, como por exemplo, atletas e atores; e, no último tipo, uma pessoa torna-se notável por meio de “intermediários culturais”, ou melhor, da mídia, cujos interesses transformam um acontecimento comum em pauta para veículos de comunicação; e seus personagens, em celebridades. Ele cita como exemplo o caso de Mandy Allwood¹⁹, uma mulher inglesa, que foi manchete em diversos jornais por estar grávida de oito bebês.

No caso das estrelas do *rock*, Rojek associa os músicos à figura do “xamã”, cujo “culto” tem a capacidade de “transportar a sua platéia para longe das preocupações terrenas” (ROJEK, 2008, p.75). Para ele, o *rockstar* é uma *persona* cujo encantamento atinge principalmente os jovens, que buscam “modelos que contrastem com a vida familiar, as convicções apaixonadas, expressas com sinceridade e *glamour* [...]” (ROJEK, 2008, p.77).

Vimos que a imagem pública é importante para alimentar a cultura da celebridade e é capaz de influenciar as pessoas “normais”. Os recursos de estilização da imagem encenada

¹⁹ <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2429491/Octomum-Mandy-Allwood-relives-hell-losing-babies-week-turned-17.html> <visto em 05/06/2017>

pelas estrelas, como vestuário, cirurgias plásticas, maquiagem, entre outros, servem como ferramenta para manter a cultura da celebridade. Com o avanço da qualidade técnica dos equipamentos digitais, as imagens obtidas pela fotografia, TV e cinema ficam cada vez mais próximas do real, acentuando possíveis defeitos. Dessa forma, atualmente vemos o grande fascínio pelo tratamento digital de imagens e também um aumento da realização de procedimentos estéticos de modo a manter um padrão estético de perfeição.

Como a imagem da celebridade tem um grande apelo ao público, os retratos de pessoas famosas são frequentemente utilizados pela mídia como um chamariz para seus produtos. Em relação às capas de revistas, os retratos costumam ser elaborados e editados para ressaltarem características estéticas aliadas aos padrões de beleza estipulados e mantidos pela indústria cultural. No caso da identidade visual de músicos, podemos ver também uma associação deles com a apresentação musical, utilizando, para isso, elementos como vestuário de *shows*, poses com instrumentos e expressões faciais e corporais performáticos.

Por outro lado, o retrato de celebridade nem sempre é utilizado de forma positiva, para exaltar a *persona*, talento ou feitos admiráveis; ele também é um meio de desconstruir a figura positiva de um famoso. Rojek (2008, p.110) cita o caso do ator inglês Hugh Grant – na época, casado – e uma garota de programa chamada Divine Brown, que foram presos, em 1995, por atividade sexual dentro de um carro e tiveram seus retratos policiais amplamente divulgados pela imprensa. Podemos citar também os *paparazzi*, fotógrafos especializados em retratar celebridades, que, muitas vezes, focam em ângulos estéticos desfavoráveis e momentos privados comprometedores. Dessa forma, é possível perceber que o retrato é um meio importante para encenar e divulgar a celebridade, principalmente no contexto da fotografia instantânea e digital.

4. NA CAPA DA *ROLLING STONE*

Neste capítulo encontraremos a junção da fotografia com a revista *Rolling Stone*. Em primeiro lugar, será traçado um panorama sobre a fotografia na capa da revista através das décadas. Em seguida, serão apresentadas as perspectivas dos dois primeiros chefes de fotografia da revista: Baron Wolman e Annie Leibovitz. Os três tópicos finais destinam-se à análise dos retratos, sendo o primeiro composto pela descrição das imagens; o segundo contém a análise do *corpus* escolhido; e, no terceiro, encontram-se reflexões sobre os retratos analisados.

4.1. A fotografia na capa *Rolling Stone*

Durante toda a trajetória da *Rolling Stone*, a fotografia ocupou um lugar de importância. Primeiro, porque a imagem faz parte da primeira impressão que uma pessoa tem ao olhar uma revista e, depois, porque a capa tem o poder de ditar “não somente a postura como também as vendas” ²⁰ (DRAPER, 1990, p.195, tradução nossa). Devido à falta de recursos financeiros nos primeiros anos, não era possível publicar muitas páginas e, consequentemente, as fotos dividiam espaço com os longos textos. Com o passar dos anos e do crescimento da receita, a revista pôde ampliar o número e tamanho das páginas, beneficiando a fotografia, a publicidade e também o texto.

As capas são constituídas, em sua maioria, por retratos, apesar de não se limitarem somente a este gênero fotográfico. Foram utilizados outros recursos artísticos, como desenhos, caricaturas e montagens, que podem ser observados, principalmente, nas décadas de 60 e 70. A *Rolling Stone* passou a ser impressa em quatro cores em 1971, embora os retratos coloridos só tenham aparecido a partir de 1974. Antes disso, algumas fotografias tinham adição artificial de cores.

O retratado era, geralmente, uma celebridade ligada à música, já que este era o assunto principal da revista, porém outros personagens anônimos também estamparam capas ²¹, como as *groupies* (edição número 27, fevereiro de 1969), a esposa do fotógrafo Baron Wolman (edição número 11, maio de 1968), diversos políticos; e até mesmo um estudante condenado por terrorismo (edição número 1188, agosto de 2013). No entanto, outros artistas também

²⁰Trecho original: “[...] not only stance but sales as well.”

²¹ Todos os exemplos podem ser encontrados em www.rollingstone.com/coverwall

apareceram na *Rolling Stone*, principalmente após a década de 80, quando a publicação começou a investir na imagem de atores famosos e outras celebridades.

Como já observado anteriormente, a *Rolling Stone* foi criada por adeptos da contracultura, que foi um movimento constituído majoritariamente por homens brancos de classe média. Este fato parece ter relação com a discrepância entre o número de homens e mulheres que foram personagens de capa. Nesse caso, os homens foram maioria. Essa diferença também é vista em relação a personagens brancos e negros, sendo os primeiros também maioria.

Nos primeiros anos, os ensaios fotográficos costumavam ser feitos junto com as entrevistas, geralmente na casa dos personagens, antes de *shows* ou durante as apresentações; e também em eventos públicos, como coletivas de imprensa. As capas iniciais podem ser consideradas simples, em primeiro lugar, porque havia uma limitação financeira e, conseqüentemente, um menor orçamento; e depois porque o objetivo era retratar os artistas de forma espontânea, enfatizando as suas figuras.

A partir da década de 70, passou-se a utilizar, em grande escala, os estúdios fotográficos e iluminação artificial; além disso, os anos 70 propiciaram uma maior liberdade artística à equipe da *Rolling Stone*. Assim, Annie Leibovitz – no cargo de fotógrafa-chefe desde 1973 – passou a criar narrativas visuais com os retratos, explorando o uso do cenário, das luzes, maquiagens, entre outros.

Dos anos 90 em diante, nota-se uma maior inserção de texto na capa, fazendo com que haja uma disputa de espaço com a fotografia. No entanto, principalmente pela utilização de cores vibrantes e rostos conhecidos, o retrato ainda parece captar a atenção do público em primeiro lugar.

4.2. Dois fotógrafos e duas visões

Nascido em 25 de junho de 1937, Baron Wolman é um fotógrafo autodidata. O seu interesse pela fotografia começou quando ele viajou para Berlim a serviço do exército dos Estados Unidos no início dos anos 60. O que era um passatempo tornou-se profissão quando ele começou a vender suas fotografias da construção do muro de Berlim para um jornal norte-americano. Em 1965, Baron mudou-se com a esposa, Juliana, de *Los Angeles* para São Francisco e começou a vender suas fotos para vários clientes. Um deles era a *Mills College*, uma universidade localizada na Califórnia.

Em 1967, o departamento de música da *Mills College* organizou um simpósio sobre a indústria musical da época, já que a cidade de São Francisco vinha acompanhando um crescimento de sua cena cultural, especialmente relacionada à música. No evento, Baron encontrou Jann Wenner, que escrevia para os jornais *Sunday Ramparts* e *Daily Californian*, da universidade de *Berkeley*; e Ralph Gleason, o já conhecido colunista de música do jornal *San Francisco Chronicle*. Os dois jornalistas tentavam arranjar apoio financeiro para lançar um impresso sobre música. Baron concordou em fazer as fotos de graça, contanto que mantivesse os direitos sobre elas, que filmes e a revelação dos mesmos fossem reembolsados; e, além disso, o fotógrafo queria ter participação na empresa que viria a ser formada. Desta maneira, Baron Wolman tornou-se o primeiro fotógrafo da *Rolling Stone*.

Para a edição número um, publicada em 9 de novembro de 1967, Wolman apresentou uma série de fotografias da banda *Grateful Dead* após os integrantes serem detidos por posse de maconha, seguidos de uma coletiva de imprensa e, finalmente, em casa depois da prisão. Durante seus anos de *Rolling Stone*, de 1967 a 1970, o fotógrafo preferiu não ter uma sala no escritório da revista e montou um estúdio e uma sala de revelação em sua própria casa, lugar onde alguns ensaios para revista foram feitos. Em seu livro *Os Anos da Rolling Stone*, Wolman (2012, p.21) explica que a presença de mais pessoas muda a experiência fotográfica e faz com que ela deixe de ser pessoal. Esse afastamento também se estendia à escolha das fotos que entrariam na publicação. Ele geralmente recebia uma pauta pronta, fazia as fotos e as levava para a equipe de editores e de direção de arte. Embora tenha participado desde a edição número um, a primeira capa de autoria de Wolman foi publicada na edição dois, em 23 de novembro de 1967, e contém um retrato da cantora Tina Turner.

A maioria das pessoas fotografadas, entre capas e matérias, pertencia à cena musical. Como Baron não tinha um grande conhecimento sobre música, o que poderia ajudar a construir uma intimidade com os artistas, ele levava a conversa para questões diferentes, como a vida pessoal. Sobre esse processo de interação, Wolman (2012, p. 42) comenta:

De vez em quando, enquanto conversávamos e eles se tornavam mais confortáveis comigo, eu olhava em volta do aposento, para ver onde estava a melhor luz e conseguir um bom lugar para colocá-los. No começo, dificilmente eu tirava fotos, porque no início de uma sessão meu único objetivo era esse: deixar meu fotografado à vontade e ver que tipo de luz natural estava disponível. Para quando eu fosse tirar as fotos ter uma situação fotográfica ótima.

O estilo do fotógrafo, como ele mesmo explica em seu livro, está mais próximo do fotojornalismo. Ele primava por fotografar os artistas como eles se expressavam espontaneamente, sem grandes intervenções, fato este que é possível observar em diversos de seus retratos para a *Rolling Stone*.

Para mim, retrato tinha mais a ver com você deixar seu fotografado à vontade. Se eu conseguisse fazer isso, eles dariam algo mais íntimo a você, algo sobre eles mesmos. Eles relaxariam e não posariam, eles perderiam a ansiedade advinda de ser fotografado. (WOLMAN, 2012, p.24)

Como Wolman já era conhecido por editores e diretores de arte e não recebia pagamento pelas fotos da *Rolling Stone*, ele aceitava outros trabalhos. Quando saiu da revista, continuou a ser chamado para fotografar músicos para outras publicações, como a *Eye Magazine* e a *High Fidelity*. Na entrevista concedida à autora deste trabalho (ver apêndice), ele adiciona que as dificuldades de acesso aos artistas o fez buscar outros mercados:

Eu quis explorar assuntos além da música. Também, os empresários estavam começando a restringir nosso fácil acesso aos músicos. Acesso é provavelmente o ingrediente mais importante na habilidade do fotógrafo em obter fotografias de música significativas e poderosas. Com menos acesso, com camadas de gerência isolando os músicos, tornou-se um demasiado impedimento para mim e para outros fotógrafos do meu estilo e época [...]. Frequentemente eu me pergunto o que teria acontecido se eu ficasse na *Rolling Stone*, mas eu nunca me arrependi da minha decisão de ir embora. Eu tive uma vida maravilhosa como fotógrafo, muitas aventuras, muita diversão. (WOLMAN, 2017, tradução nossa)²²

Annie Leibovitz sucedeu Wolman em 1970. Nascida em 2 de outubro de 1949, Annie começou a estudar pintura no Instituto de Arte de São Francisco, em 1967. Após fazer um *workshop* de fotografia na sua faculdade, e influenciada pelos fotógrafos Robert Frank e Cartier-Bresson, ela decidiu por seguir a carreira fotográfica.

Em 1970, Annie levou algumas fotografias até a sede da *Rolling Stone* e, assim, começou a fazer parte da equipe. No documentário *Life Through a Lens* (2007), ela descreve sua experiência como algo totalmente diferente de tudo que já tinha feito: “quando comecei a trabalhar para a *Rolling Stone*, de repente você trabalhava com outras pessoas. Trabalhava

²²Trecho original: “I wanted to explore subjects beyond music. Also, the managers of the musicians were beginning to restrict our easy access to the musicians. Access is probably the most important ingredient in a photographer's ability to obtain meaningful and powerful music photographs. With less access, with layers of management isolating the musicians, it became too much of an impediment for me and for other photographers of my genre and time [...]. I often wonder what would have happened had I stayed with Rolling Stone, but I never regretted my decision to leave. I've had a marvelous life as a photographer, lots of adventures, lots of fun.”

com um diretor de arte, um escritor. Era um cenário todo novo”. Annie passou mais de dez anos trabalhando na revista (de 1970 a 1983) e fotografou 142 capas, imprimindo nos seus retratos um estilo que a tornou famosa e a fez ser convidada para trabalhar em outras publicações, como a *Vogue* e a *Vanity Fair*.

Nos trabalhos iniciais de Annie na revista, é possível notar uma semelhança de estilo entre ela e Baron, ao passo que ambos eram influenciados pelo fotojornalismo. A primeira capa de Annie foi publicada na edição de 11 de junho de 1970 e nela consta uma foto de um protesto político. Com a conquista de mais espaço na revista, a evolução tecnológica das fotografias e dos métodos de impressão; e com o incentivo da liberdade criativa, seu estilo modificou-se. Segundo Wolman:

Ela (Annie Leibovitz) começou a usar os músicos como elementos em sua própria fotografia em vez de tirar fotos deles; ela foi em direção a um terreno visual onde eles se tornaram peças em um tabuleiro montado por ela. (WOLMAN, 2012, p. 23)

4.3. Os retratos na capa da *Rolling Stone*: delimitação e descrição do corpus

O *corpus* deste trabalho consiste de 13 retratos publicados em capas da *Rolling Stone*. Todos os retratados são celebridades da música ou das artes cênicas. Cada imagem apresentada será composta pela fotografia original e a sua respectiva capa. Optei pela escolha de um maior número de fotografias de Baron Wolman devido à curta trajetória do fotógrafo na *Rolling Stone*, ao contexto histórico específico que elas compreendem e à grande quantidade de estudos já realizados sobre o trabalho de Annie Leibovitz. Portanto, serão analisadas nove capas cujos retratos são de autoria de Wolman e quatro de autoria de Leibovitz.

As nove fotografias iniciais, todas feitas em preto e branco, foram escolhidas a partir dos comentários feitos por Wolman no site da Andrew Smith Gallery²³, uma galeria de arte localizada em Santa Fé, nos Estados Unidos, que montou uma exposição sobre o fotógrafo; e do livro “Os Anos da Rolling Stone: cada foto conta uma história” (2012), escrito pelo próprio. As capas compreendem os anos de 1968 a 1970, período que contempla o início da revista e o auge da contracultura. Além disso, foi realizada uma entrevista com o fotógrafo por email, cuja versão completa traduzida pode ser encontrada no apêndice deste trabalho.

²³<https://www.andrewsmithgallery.com/exhibitions/baronwolman/rollingstone/baronwolman.htm> <visto em 17.05.2017>

Para ilustrar as mudanças na estética das capas pós-contracultura e as diferentes perspectivas entre os dois fotógrafos, optou-se por selecionar quatro retratos, todos coloridos, de Annie Leibovitz, entre as décadas de 70 e 80. Eles também foram escolhidos a partir da fala da própria fotógrafa presente em duas fontes: no documentário *Life Through a Lens*, de 2007; e no livro *Annie Leibovitz at Work*, publicado em 2008. As quatro capas correspondem a uma edição em 1978, duas em 1979 e uma de 1981.

Outra fonte importante a ser citada é o próprio site da *Rolling Stone*²⁴. Nele, há uma seção especial que contempla todas as capas e algumas matérias da revista desde o ano de 1967, no qual foi publicada a primeira edição, até 2013. A seguir, serão apresentados os dados das imagens que integram o *corpus* deste estudo. Dessa forma, teremos, respectivamente, nome do(s) personagem(ns), número da edição e data de publicação da mesma:

1. Tiny Tim, edição número 13 (6 de julho de 1968);
2. Frank Zappa, edição número 14 (20 de julho de 1968);
3. Jimi Hendrix, edição número 26 (1º de fevereiro de 1969);
4. Sun Ra, edição número 31 (19 de abril de 1969);
5. Joni Mitchell, edição número 33 (17 de maio de 1969);
6. Jerry Garcia, edição número 40 (23 de agosto de 1969);
7. Mick Jagger, edição número 49 (27 de dezembro de 1969);
8. Little Richard, edição número 59 (28 de maio de 1970);
9. James Taylor, edição número 76 (18 de fevereiro de 1971);
10. Patti Smith, edição número 270 (27 de julho de 1978);
11. Dan Aykroyd e John Belushi, *The Blues Brothers*, edição número 285 (22 de fevereiro de 1979);
12. Bette Midler, edição número 306 (13 de dezembro de 1979);
13. Meryl Streep, edição número 354 (15 de outubro de 1981);

4.4. Análise das capas

Como já visto, o objetivo proposto por este trabalho é identificar os aspectos do retrato fotográfico nas capas da *Rolling Stone* de autoria de Baron Wolman e, em seguida, comparar com a visão de Annie Leibovitz. Para formular o método de análise dos retratos, utilizei os

²⁴<https://www.rollingstone.com/coverwall> <visto em 30/09/16>

ensinamentos que tive em aula, a palavra do fotógrafo, bem como o referencial teórico adquirido da literatura sobre o tema. Assim, serão utilizados aspectos da fotografia em três níveis de análise: **contextual**, que abrange dados sobre o artista, local e data da sessão fotográfica, equipamento usado, pontos de vista do próprio autor da fotografia e motivo editorial; **descritivo**, que contém as informações apreendidas da observação das imagens, como luz, pose, expressões, vestuário, cenário e outros recursos visíveis; e **interpretativo**, cuja finalidade é interpretar o retrato de acordo com as explicações fornecidas pelo fotógrafo, a sua colocação na revista, utilizando as informações abordadas pelos outros níveis e também de acordo com a minha pesquisa e perspectivas.

Como os equipamentos dos fotógrafos seguem os mesmos modelos no *corpus* escolhido, eles serão especificados neste parágrafo. No livro de Baron Wolman, *Os Anos da Rolling Stone: cada foto conta uma história*, não há informações muito detalhadas sobre os equipamentos. Ele conta que costumava fotografar com a câmera *Nikon-F* e “suas várias lentes” (WOLMAN, 2012, p.193). O filme comumente utilizado, segundo ele, era o *Kodak Tri-X*. No caso de Annie Leibovitz, a câmera *Nikon-F* foi usada apenas no retrato de Patti Smith; no restante dos exemplos, ela usou a câmera *Hasselbad 500/CM*; em todas as suas fotos, foi utilizado o filme reversível *Kodak Ektachrome 64 EPR*.

- Retrato 01:

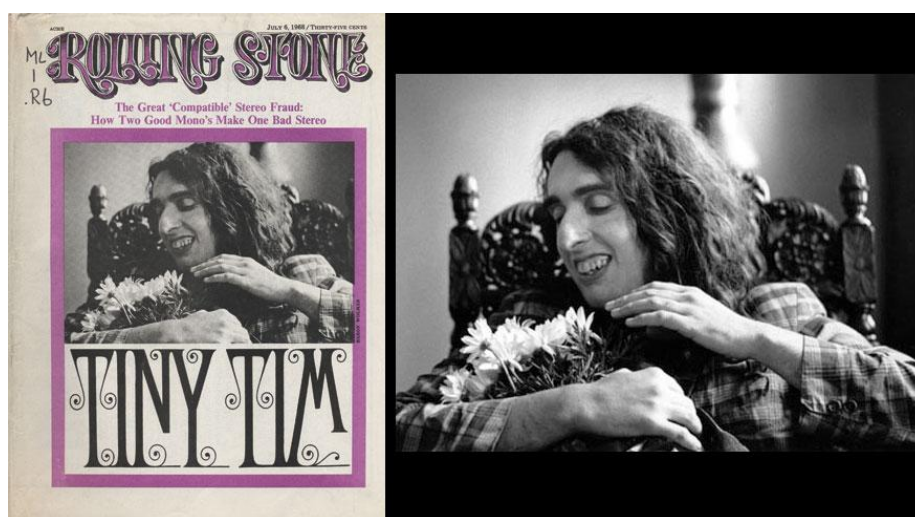


Figura 5 –*Rolling Stone* número 13(6 de julho de 1968)/Tiny Tim (*Los Angeles*, 1968)
Fonte: gallery270.com/baron-wolman/the-rolling-stone-covers

Herbert Khaury²⁵ apresentava-se sob o apelido de Tiny Tim. Apesar de “tiny” significar pequenino, o cantor tinha por volta de 1,80m de altura. Além disso, ele era conhecido pelo seu timbre agudo, cujo tom lembrava cantoras de ópera. Essas características o tornaram uma figura excêntrica nos anos 60 quando seu disco de estréia, *God Bless Tiny Tim* atingiu o sucesso comercial depois que a música *Tip-Toe Through the Tulips* ficou conhecida.

Pode-se perceber em Tiny Tim uma figura próxima à imagem do *hippie*, um estilo de vida bastante divulgado pela *Rolling Stone*. O cantor possuía cabelos grandes, costumava vestir roupas coloridas, com estampas e tocar um *ukulele* (um instrumento musical semelhante ao cavaquinho). De fato, muitas das características da *Rolling Stone*, seja na parte estética ou temática, foram influenciadas pelo movimento *hippie* presente na contracultura. Portanto, é possível afirmar que a escolha do fotografado seguia o conceito editorial pregado pela revista em seus primeiros anos.

Segundo Wolman (2012, p. 25) a excentricidade de Tiny Tim era temida por causa da imprevisibilidade de suas ações, o que poderia prejudicar a sessão de fotos. Para deixá-lo à vontade, o fotógrafo entregou um buquê de margaridas ao cantor, que as recebeu positivamente. Assim, desenvolveu-se uma abertura entre eles e o repórter Jerry Hopkins.

A fotografia foi feita em Los Angeles, em 1968. Nela, podemos ver o rosto de Tiny Tim virado para o seu lado direito, expressando um sorriso ao mesmo tempo em que abraça as flores. Ele está sentado em uma cadeira cujos detalhes esculpidos assemelham-se ao estilo vitoriano. Vemos o cantor da altura do peito até a cabeça, vestindo um terno xadrez. A iluminação parece natural, provavelmente vinda de alguma janela e, de acordo com as sombras, a luz parece estar localizada do lado esquerdo do músico. Pelo enquadramento, infere-se que a câmera foi posicionada na altura dos olhos de Tiny Tim e percebemos, também, um desfoque atrás dele, o que nos diz que ele está distante do fundo.

Uma das características peculiares de Tiny Tim estava em seu vestuário. Ele geralmente usava ternos, gravatas coloridas e/ou estampadas nas apresentações. Ainda que a fotografia esteja em preto e branco e não seja possível observar cores, nota-se que ele veste um terno xadrez, dentro do estilo usado por ele. A aparência de Tiny Tim também é

²⁵<http://www.billboard.com/artist/430012/tiny-tim/biography> <visto em 17/05/2017>

considerada um tanto esquisita pelos traços físicos. Na foto, observa-se seu perfil, no qual é possível notar os cabelos ondulados na altura do ombro, o aspecto grande e curvado de seu nariz e o sorriso com dentes desalinhados.

A capa da *Rolling Stone* apresenta um tom de lilás no logotipo, na fonte da chamada e na borda, que faz uma moldura para a foto. A cor pode remeter às flores (sua música de sucesso fala em tulipas) e ajuda a proporcionar uma leveza à imagem do cantor, que é corroborada pela sua expressão sorridente. Em relação às outras capas, a fotografia ocupa uma porção menor do espaço. O nome de Tiny Tim ocupa aproximadamente um terço da capa e a fonte utilizada possui alguns cantos arredondados em forma de espiral (porções arredondadas também são observadas no logotipo da revista), remetendo aos cartazes *hippies*, que, por sua vez, foram inspirados pelo *art nouveau*.²⁶

- Retrato 02:

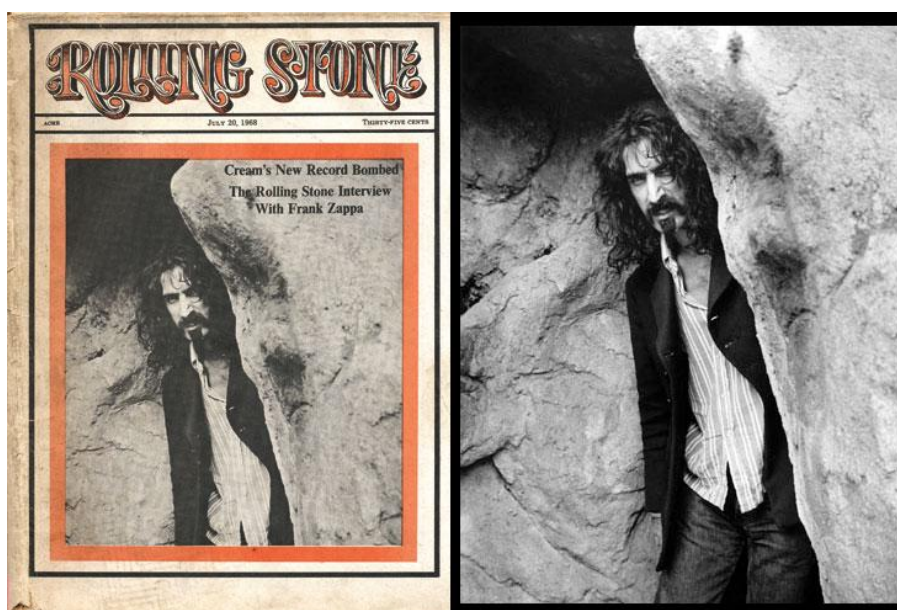


Figura 6 – *Rolling Stone* número 14 (julho de 1968)/Frank Zappa (*Laurel Canyon*, 1968)
Fonte: gallery270.com/baron-wolman/the-rolling-stone-covers

Frank Zappa foi um aclamado músico norte-americano. Seus discos passavam por ritmos como o *jazz*, o *rock and roll* e a música clássica, e foram lançados em parceria com a banda *Mothers of Invention* e também como artista solo. Zappa era conhecido pela excentricidade presente tanto em sua vida profissional quanto no seu estilo pessoal. Sua

²⁶ O *art nouveau* é um estilo de design que surgiu na Europa, no final dos anos 1880. Ele “utilizava um estilo figurativo simplificado de ilustração que incluía figuras afetadas, motivos florais, traços sinuosos e linhas hiperbólicas e parabólicas desenhadas com contornos caracteristicamente pesados.” RAIMES, Jonathan.

diversificada carreira também inclui o ativismo político e a produção de filmes. O objetivo da sessão era ilustrar uma entrevista feita pelo repórter Jerry Hopkins.

Wolman (2012, p.56) conta que havia uma preocupação em saber lidar com a figura excêntrica e criativa de Zappa. A sessão de fotos, ao contrário do previsto pelo fotógrafo, foi realizada antes da entrevista. Os dois saíram em direção ao fundo da casa do cantor, local onde a sessão aconteceu. Segundo Wolman, os dois não conversaram muito porque o fotografado mostrou-se à vontade naquele ambiente:

Ele simplesmente começou a explorar o lugar, porque estava se divertindo muito. Frank sendo Frank – atuando para mim e minha câmera, sem direção. Tenho uma série em que ele entra em uma caverna e sai de lá e entra de novo. Um verdadeiro jogo de esconde-esconde. Começou a subir sobre o equipamento de construção na colina atrás de sua casa. Perto da casa havia uma árvore enorme; as crianças tinham amarrado uma corda em um dos galhos, ele começou a balançar na corda, como as crianças. (WOLMAN, 2012, p.56-57)

A imagem foi feita em preto e branco. Nela, vemos Frank Zappa em meio a duas rochas; ele foi enquadrado em plano americano, ou seja, da altura da coxa até a cabeça. Zappa possui cabelos ondulados até o ombro e barba; e veste um sobretudo escuro por cima de uma camisa listrada e calças jeans, um vestuário comum, que mostra um certo grau de intimidade e tranquilidade. Sua expressão denota uma careta, aproximando-o da imagem excêntrica atribuída a ele. Podemos influir que a iluminação vem de uma fonte natural e, provavelmente, a câmera foi posicionada na altura do olhar do músico, que está junto ao fundo da foto.

Frank Zappa também é uma importante figura para a contracultura. A escolha do músico para a entrevista e foto de capa representa uma proximidade da *Rolling Stone* com a sua linha editorial da década de 60. Na capa, vemos também a chamada para a entrevista e tanto a moldura da foto quanto o logotipo da revista encontram-se na cor vermelha, que pode estar relacionada ao seu disco *Lumpy Gravy*, traduzido literalmente como molho (de carne) granuloso – a capa do disco também possui a cor vermelha – a cor também pode remeter às guitarras avermelhadas de Zappa.

- Retrato 03:

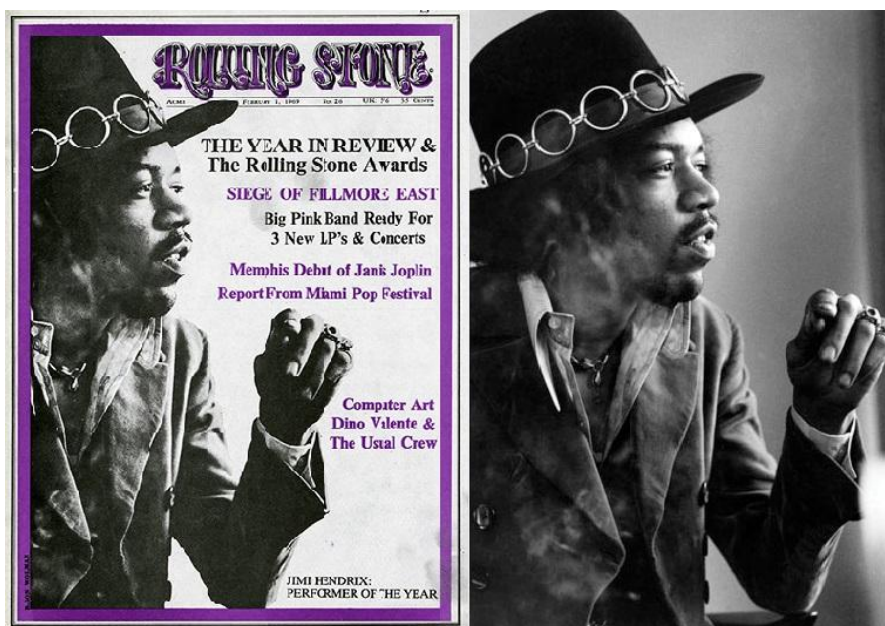


Figura 7 – *Rolling Stone* número 26 (fevereiro de 1969)/Jimi Hendrix (São Francisco, 1968)
 Fonte: gallery270.com/baron-wolman/the-rolling-stone-covers

Jimi Hendrix²⁷ foi um guitarrista e cantor dos Estados Unidos, que ficou famoso nos anos 60 pela habilidade como instrumentista e o grande uso de distorções em seu modo de tocar. Hendrix participou de vários festivais de música, dos quais destaca-se o *Woodstock*, onde ele tocou o hino do país com sua guitarra. Algumas de suas apresentações tornaram-se icônicas pelas performances, que incluíam atos como atear fogo em instrumentos e solos feitos com os dentes, ou então com a guitarra nas costas. A morte de Hendrix, em setembro de 1970, por overdose de drogas, representou um baque para a contracultura, que via no cantor um símbolo da juventude da época.

A fotografia em questão foi feita em fevereiro de 1968, em um hotel antes de um dos *shows* de Hendrix em São Francisco. De acordo com Wolman²⁸, Jimi Hendrix mostrou-se surpreendentemente quieto durante a entrevista, diferente de sua *persona* em cima dos palcos. Ele comenta que o músico foi o mais fotogênico que havia encontrado “seja em movimento no palco ou descansando com os amigos” (WOLMAN, 2012, p.49).

Na fotografia, vemos Jimi Hendrix da altura do torso até a cabeça. Ele está virado para seu lado esquerdo e, pela forma localizada embaixo de seu cotovelo esquerdo, é possível intuir que o músico está sentado em uma cadeira. A luz parece ter vindo de uma fonte natural,

²⁷ <http://www.rollingstone.com/music/artists/jimi-hendrix/biography> <visto em 17/05/2017>

²⁸ <https://www.andrewsmithgallery.com/exhibitions/baronwolman/rollingstone/baronwolman.html> <visto em 17/05/2017>

uma janela talvez; e, pelas sombras, podemos dizer que essa luz está localizada de frente para o rosto do cantor. Há a presença de umas formas brancas em pontos escuros da foto, então presume-se que havia fumaça no lugar, mas não é possível identificar a fonte. Hendrix veste um chapéu enfeitado, blazer por cima de uma blusa, além de usar cordões e anéis, vestuário e adereços que ele costumava usar em *shows*. Sua expressão é tranquila e aparentemente distante. A câmera parece estar localizada na altura dos olhos do músico, cujo foco em relação ao fundo indica que ele encontrava-se distante desse fundo.

Na capa da *Rolling Stone*, o logotipo e a borda foram impressas na cor roxa. Aparentemente, não há nenhuma razão expressa para esta escolha, entretanto, um dos motivos pode ser uma das canções de Hendrix, chamada *Purple Haze* (Névoa Roxa, em inglês), um dos seus maiores sucessos. A fotografia ocupa toda a altura da borda chegando até o logotipo, que foi alinhado à direita. Na porção direita inferior da capa lê-se a inscrição *Jimi Hendrix: performer of the year* (Jimi Hendrix: artista do ano). O fundo original da fotografia foi apagado e substituído pela cor branca.

- Retrato 04:



Figura 8 – *Rolling Stone* número 31 (abril de 1969)/Sun Ra (Berkeley, 1968)

Fonte: gallery270.com/baron-wolman/the-rolling-stone-covers

Herman Blount²⁹ foi um músico e cantor de *jazz* adepto de filosofias orientais e transcendentais. O pseudônimo Sun Ra foi retirado do nome de uma das divindades da mitologia egípcia antiga (“Ra”, que era considerado o deus do sol); além disso, o cantor costumava dizer que tinha vindo do espaço e teria viajado a Saturno. Ele e sua banda, a *Arkestra*, apresentavam-se em trajes coloridos e brilhosos, representando, assim, as filosofias cósmicas de que eram entusiastas.

A sessão de fotos foi feita na cidade de *Berkeley*, no estado da Califórnia, em 1968. Wolman (2012, p.96) define Sun Ra como uma personalidade obscura, na qual “tanto ele como sua música eram de outro mundo, controvertidos e difíceis de entender”. O fotógrafo também refere-se ao músico como fotogênico.

Considerando o enquadramento do corpo de Sun Ra, do peito até a cabeça podemos concluir que a imagem foi composta em plano médio. Na revista, houve o corte para que o rosto ficasse em evidência. Devido à falta de pontos de distorção, é possível influir que a câmera estava posicionada na mesma altura que seus olhos. Pelas sombras formadas, infere-se que a iluminação vem da esquerda do cantor e, de acordo, com as já citadas preferências do fotógrafo, é provável que essa iluminação tenha vindo de uma fonte natural. Sun Ra veste o que parece ser uma camisa ou túnica estampada (e talvez uma outra camisa por baixo), uma boina estampada e óculos. Atrás dele há um painel, ou parede, com pinturas; o desfoque em relação ao fundo indica que o fotografado localizava-se distante desse fundo. Apesar da impossibilidade de ver seus olhos, devido aos óculos, conclui-se que ele olha diretamente para a câmera. Sua expressão facial expressa tranquilidade e não denota nenhuma emoção aparente.

A capa utilizou o rosto e uma porção pequena da camisa do músico. A fotografia original foi feita em preto e branco, mas na *Rolling Stone*, a cor de sua camisa, boina e lentes dos óculos foram impressas em amarelo, muito provavelmente em alusão a *sun*, que significa sol; a cor também aparece na borda e no logotipo da revista. O nome do cantor foi destacado em uma fonte diferente do resto do texto. A estampa do fundo original da fotografia foi

²⁹<http://www.nytimes.com/1993/05/31/obituaries/sun-ra-79-versatile-jazz-artist-a-pioneer-with-a-surrealist-bent.html> <visto em 17/05/2017>

removido e substituído pela cor branca, o reflexo dos óculos na imagem original também foi apagado. Essas duas alterações proporcionaram ainda mais destaque para o rosto do artista.

- Retrato 05:

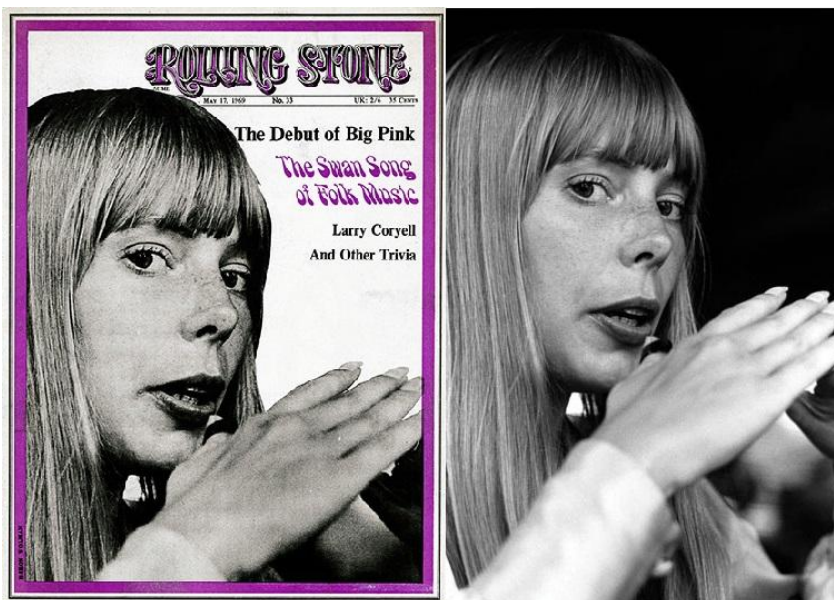


Figura 9 – *Rolling Stone* número 33 (maio de 1969)/Joni Mitchell (*Los Angeles*, 1968)

Fonte: gallery270.com/baron-wolman/the-rolling-stone-covers

Roberta Joan Anderson é uma cantora, escritora e artista plástica canadense. Ela lançou seu primeiro disco em 1968, intitulado *Joni Mitchell*, e ficou conhecida por trazer de volta o culto ao *folk*. Sua carreira musical passa pelo *rock and roll*, *jazz* e *folk*. Joni foi a terceira cantora a estampar sozinha a capa da *Rolling Stone*, as duas primeiras foram Tina Turner e Janis Joplin.

A escolha da artista deve-se à matéria de capa que se referia à cena musical do *folk* na década de 60. Wolman³⁰ explica que a sessão fotográfica foi feita durante uma tarde na casa de Joni, localizada em *Los Angeles*, na qual foram feitas fotos coloridas e em preto e branco. O encontro ocorreu em 1968, durante uma entrevista à *Rolling Stone*.

A cantora aparece na fotografia em plano médio, ou seja, da altura do peito até a cabeça. Seu corpo está voltado para a sua esquerda, porém seu rosto está ligeiramente voltado para frente, olhando diretamente para a câmera. Pela posição do olhar da fotografada, é

³⁰ <https://www.andrewsmithgallery.com/exhibitions/baronwolman/rollingstone/baronwolman.html> <visto em 17/05/2017>

provável que a câmera tenha sido colocada um pouco abaixo da altura dos olhos dela. Não é possível identificar o tipo de vestuário usado, uma vez que os cabelos da artista cobrem parte da roupa. Joni Mitchell aparece com a boca semi-aberta, como se estivesse falando na hora em que a fotografia foi feita. Isto provavelmente deve-se ao fato do ensaio estar sendo realizado no mesmo momento em que a entrevista, com cliques inesperados durante a conversa. A cantora aparece em destaque em relação ao fundo da foto, no qual o desfoque torna impossível identificar formas. Segundo o fotógrafo, a sessão foi realizada durante o período da tarde, o que indica uma provável iluminação natural.

Na capa, parte da imagem original foi cortada, destacando as mãos e rosto da cantora. A foto está localizada dentro de uma borda lilás e abaixo do logotipo da revista, que possui a mesma cor da borda. Na capa, nota-se a frase *The Swan Song of Folk Music* na cor lilás, aparentemente indicando que é a matéria principal, já que o restante do texto presente está na cor preta. A escolha da cor não está abertamente expressa na edição, mas o tom de lilás pode estar associado à figura feminina de Joni, a cantora que foi escolhida para ilustrar o artigo sobre o *folk*. O fundo original foi apagado e substituído pela cor branca.

- Retrato 06:

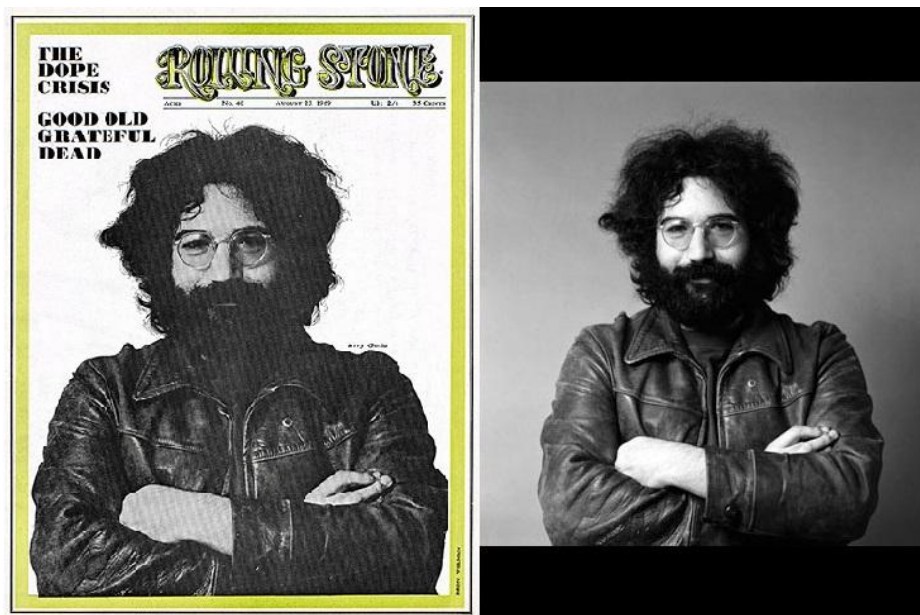


Figura 10 – *Rolling Stone* número 40 (agosto de 1969)/Jerry Garcia (São Francisco, 1969)
 Fonte: gallery270.com/baron-wolman/the-rolling-stone-covers

Jerome John Garcia³¹ foi guitarrista e vocalista da banda *Grateful Dead*. O grupo, formado no berço da cultura *hippie* americana, a cidade de São Francisco, foi um dos expoentes da contracultura local, angariando muitos fãs. Em 1967, os integrantes foram presos por posse de maconha, o que originou uma grande cobertura da revista *Rolling Stone*. Entretanto, só estampariam a capa da revista dois anos mais tarde. Jerry Garcia era conhecido por ser uma figura singular, invocando uma “*persona* psicodélica”.

A banda foi fotografada no estúdio localizado na casa do fotógrafo, em São Francisco, no ano de 1969. Segundo Wolman (2012, p. 44), ele optou por fazer retratos dos integrantes utilizando uma luz simples e um fundo infinito neutro, baseando-se nos trabalhos dos fotógrafos Richard Avedon e Irving Penn. Embora um dos membros do grupo, o baixista Phil Lesh, não estivesse presente, todos os outros membros e até algumas pessoas da equipe foram fotografadas. O motivo da capa da revista conter o retrato de apenas de um integrante da banda não é mencionado, porém esta opção pode ter relação à ausência do baixista.

Jerry Garcia foi fotografado em plano médio, da altura da cintura até a cabeça. Ele está voltado para frente, olhando na direção da câmera e sua expressão facial indica um sorriso. Pode-se intuir que o fotógrafo posicionou o equipamento na altura dos olhos do retratado. De acordo com Wolman (2012, p. 44), foi utilizada uma iluminação simples, de modo que alcançasse o fundo. A sombra projetada no fundo indica que o personagem está próximo a ele e que a luz encontra-se à direita do músico. Jerry apresenta cabelos e barba escuros, veste camisa e jaqueta também escuras e usa óculos com lentes transparentes. A aparência do cantor, com cabelos desgrehados e barba também remete à figura do *hippie*, porém o vestuário mais “pesado” indica uma aproximação com a figura do roqueiro. Tanto o *rock* quanto o movimento *hippie* faziam parte da abordagem da *Rolling Stone*.

A capa da revista não apresentou um corte significativo no corpo do fotografado, porém o fundo da fotografia foi retirado e substituído pela cor branca. Também se observa um maior contraste em relação à imagem original. Na capa, a fotografia ocupa quase toda a extensão da borda, ficando abaixo do logotipo da revista, que está alinhado à direita. Há ainda um texto na cor preta, no qual se encontra uma chamada para a matéria da banda *Good Old Grateful Dead*. Tanto o logo quanto a borda encontram-se em um tom amarelo-esverdeado, tom semelhante ao encontrado no primeiro disco da banda chamado *Grateful Dead*, de 1967.

³¹ <http://www.rollingstone.com/music/artists/jerry-garcia/biography> <visto em 17/05/2017>

- Retrato 07:

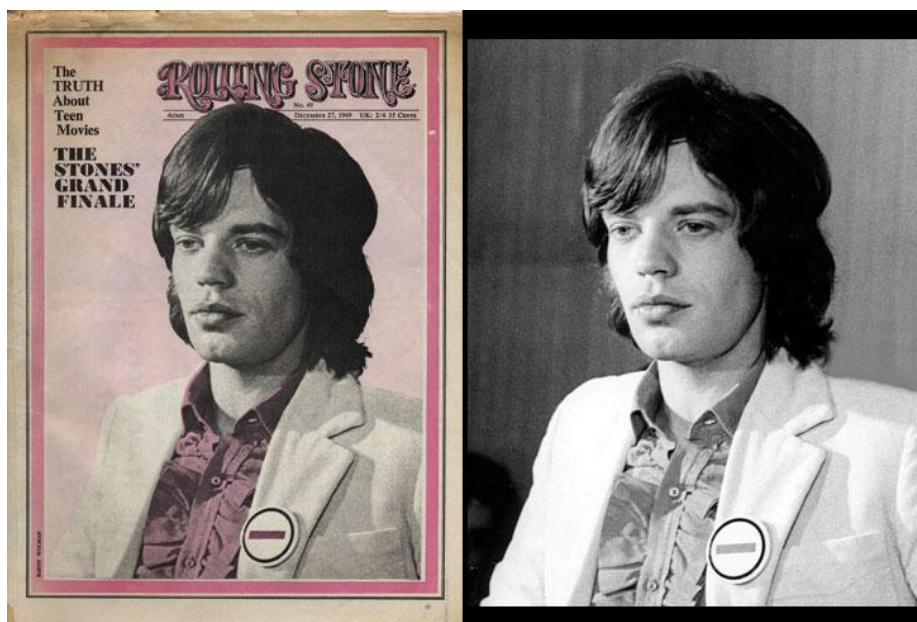


Figura 11 – *Rolling Stone* número 49 (dezembro de 1969)/Mick Jagger (Nova Iorque, 1969)
 Fonte: gallery270.com/baron-wolman/the-rolling-stone-covers

Michael Philip Jagger³² é vocalista da banda inglesa *The Rolling Stones*. A banda apareceu como um contraponto aos *Beatles*, que eram considerados “bons moços” com seus ternos e cabelos bem penteados, enquanto os *Rolling Stones* eram vistos como má influência. Muito dessa imagem foi construída baseada em músicas como *Sympathy for the Devil* e pelas performances dançantes de Mick Jagger. O grupo é considerado um dos mais antigos em atividade.

A foto foi feita em novembro de 1969, na *Radio City Music Hall*, uma casa de *shows* localizada em Nova Iorque. No local, seria concedida uma coletiva de imprensa organizada pelos *Rolling Stones*. O motivo era o anúncio de um show gratuito que seria realizado na Califórnia em retribuição aos fãs da banda. De acordo com Wolman (2012, p.52), ele foi chamado para fotografar a coletiva de imprensa e dentre todos os retratos, uma foto de Mick Jagger foi escolhida para a capa.

O músico aparece em plano médio, da altura do peito até a cabeça. Ele aparece inclinado para a sua direita e não olha diretamente para a câmera. Ele possui um semblante sério e, provavelmente, está olhando um ponto abaixo da altura dos olhos, no qual o

³²<http://www.rollingstone.com/music/artists/mick-jagger/biography> <visto em 17/05/2017>

equipamento fotográfico foi posicionado. O foco está no cantor, que aparece destacado do fundo da foto; este fundo provavelmente não é neutro, mas não é possível identificar formas imersas nele, apenas uma coloração diferente próxima ao braço direito de Mick. A iluminação provavelmente vem de uma fonte artificial e, a partir das sombras, ela encontra-se à direita do fotografado. Ele veste uma camisa estampada, um blazer claro e um broche e não é possível identificar cores, já que a fotografia foi feita em preto e branco.

Na capa da *Rolling Stone*, o fundo original foi retirado e substituído por um tom claro de rosa. Também encontram-se tons mais escuros da mesma cor no logotipo da revista, na borda e na camisa e broche de Mick Jagger. Aparentemente, a cor não está relacionada a algo expressivo em relação ao grupo, no entanto, tons de rosa também são encontrados em dois discos dos *Rolling Stones*: *Their Satanic Majesties Request* (1967) e *Let it Bleed* (1969). A foto do cantor ocupa desde a borda inferior até parte do espaço do logotipo. O retrato na capa não sofreu grandes cortes em relação ao original, mas foi escurecido.

É interessante observar que, apesar de Mick Jagger ser um artista considerado ousado e exótico por causa de sua performance musical, o retrato passa uma imagem comportada e séria. Isto deve-se, provavelmente, ao contexto formal no qual a fotografia foi feita: uma coletiva de imprensa; e também ao fato de que o retrato não tem a intenção de mostrar a figura performática de Jagger, e sim apenas identificar a imagem do cantor.

- Retrato 08:

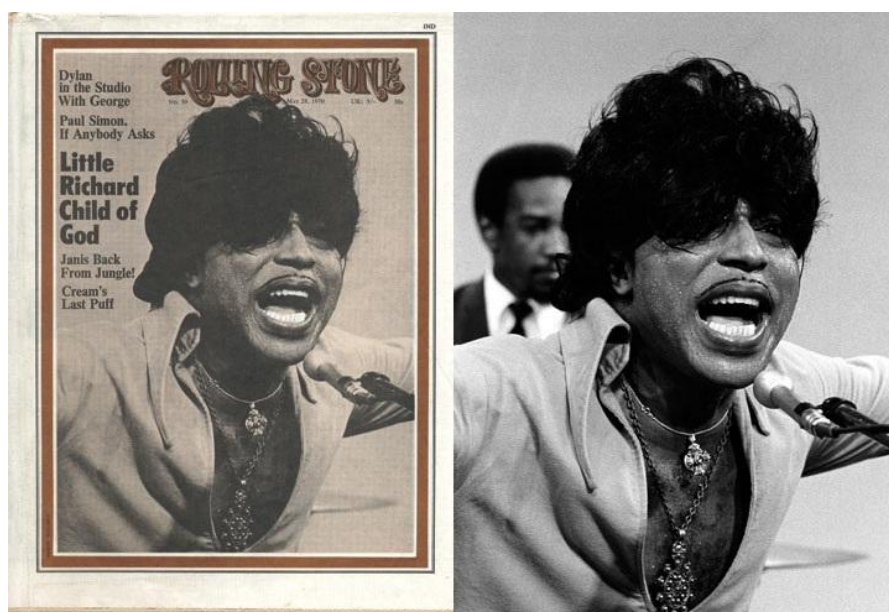


Figura 12 – *Rolling Stone* número 59 (maio de 1970)/Little Richard (São Francisco, 1967)
 Fonte: gallery270.com/baron-wolman/the-rolling-stone-covers

Richard Wayne Penniman³³ é um cantor norte-americano. Sua carreira no *rock and roll* começou a despontar na década de 50 e influenciou outros músicos que viriam mais tarde. O sucesso da música *Tutti Frutti*, que vendeu aproximadamente três milhões de cópias em 1968, serviu de modelo para as outras composições do cantor. Little Richard é conhecido pela sua potência vocal, performance teatral e seu visual excêntrico.

Esta foto foi feita em dezembro de 1967, nos estúdios de TV da emissora KPIX em São Francisco, onde foi realizada uma apresentação de Little Richard e sua banda. Wolman (2012, p.100) conta que o rosto do cantor era “sempre expressivo”, o que representava “um sonho para os fotógrafos”. A imagem acabou sendo escolhida para a capa da edição três anos mais tarde.

Pelo fato do local ser um estúdio de TV, podemos admitir que a iluminação origina-se de uma fonte artificial e, pela direção das sombras, está localizada acima do cantor. Ele foi fotografado em plano médio, da altura do peito até a cabeça, e a câmera parece estar posicionada próxima à posição de seus olhos. Vemos, no fundo da foto original, parte de um prato de bateria e a figura de outro músico atrás do cantor, cujo desfoque indica que o fotografado encontra-se a uma certa distância do fundo. No retrato, vemos que o músico veste uma camisa clara semi-aberta, dois cordões e seus cabelos cobrem parte dos olhos. A expressão facial e corporal do cantor, com a boca e braços abertos, sugere que o clique se deu no momento da performance musical; vemos um microfone direcionado à esquerda de Little Richard, que está inclinado para esta mesma direção. Esta fotografia é um bom exemplo da visão que o público e o fotógrafo tinham de que o músico era um artista expressivo e teatral.

Na capa da *Rolling Stone*, o fundo da fotografia original foi quase totalmente apagado e substituído por um tom acinzentado, mas nota-se o prato de bateria à esquerda do cantor. A borda e o logotipo foram pintados de marrom, cujo significado provavelmente faz alusão à cor da pele de Little Richard. A fotografia ocupa quase a extensão toda da borda, situando-se abaixo do logotipo da revista, que está alinhado à direita. A chamada para a matéria sobre o músico: *Little Richard child of God* encontra-se em destaque em relação ao resto do texto na capa.

- Retrato 09:

³³ <http://www.rollingstone.com/music/artists/little-richard/biography> <visto em 17/05/2017>

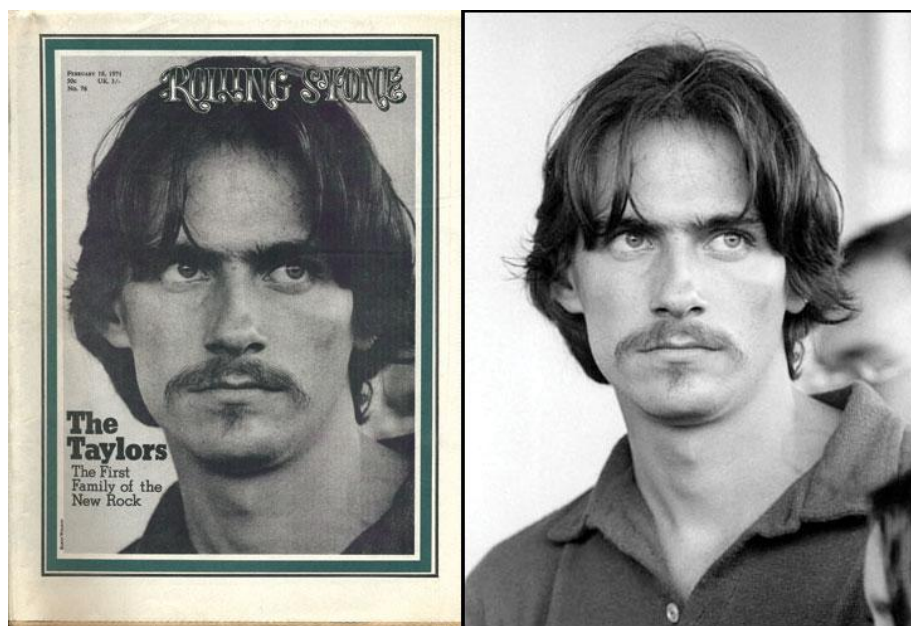


Figura 13 – *Rolling Stone* número 76 (fevereiro de 1971)/James Taylor (*Rhode Island*, 1969)
 Fonte: gallery270.com/baron-wolman/the-rolling-stone-covers

James Taylor³⁴ é um cantor e compositor dos Estados Unidos. Vindo de uma família de músicos, ele começou sua carreira nos anos 60, mas só atingiu o sucesso na década seguinte com o disco aclamado pela crítica *Sweet Baby James*. O músico ficou conhecido pelo tom emocional de suas canções, tendo conquistado diversos fãs a partir de 1970.

Os fotógrafos Baron Wolman e Jim Marshall excursionaram pelos eventos musicais dos Estados Unidos do ano de 1969, com o objetivo de coletar fotografias para um livro chamado *Festival! The Book of American Music Celebrations*³⁵. Esta foto foi realizada no *New Folk Festival*, em Rhode Island, no qual tocaram grandes nomes do *folk* e *blues* como Van Morrison, *The Everly Brothers*, Joni Mitchell, James Taylor, Big Mama Thornton, entre outros. O fotógrafo conta que gosta desta foto “pela intensidade dos olhos dele; tem algo no olhar dele que vai além do normal (...)” (WOLMAN, 2012, p.176).

Na imagem, a câmera foi colocada na frente do músico, próxima à posição de seus olhos. O enquadramento percorre a altura do peito até a cabeça do músico. A claridade uniforme indica a presença de luz natural. O fundo da foto apresenta-se desfocado em relação ao músico, indicando que James Taylor encontra-se em destaque. Nota-se a presença de duas outras pessoas, uma à frente do retratado e outra atrás dele. Não é possível ver grandes

³⁴ www.rollingstone.com/music/artists/james-taylor/biography <visto em 17/05/2017>

³⁵ www.andrewsmithgallery.com/exhibitions/baronwolman/rollingstone/baronwolman.html <visto em 17/05/2017>

detalhes do vestuário, apenas uma blusa escura. Apesar do corpo do cantor estar levemente inclinado para a sua direita, o olhar dele está voltado para a sua esquerda em um ponto superior; e seu semblante denota uma seriedade.

Na capa, a fotografia sofreu um recorte considerável, enquadrando do rosto até uma parte pequena da camisa do retratado. O fundo da foto original não foi substituído, entretanto, houve uma alteração na qual a imagem da capa sofreu uma redução de contraste. A borda e o logotipo da *Rolling Stone* encontram-se na cor verde, cujo significado não está expresso na relação entre capa e personagem, mas talvez indique uma alusão aos olhos do músico, ou também ao tom de verde presente em seu primeiro disco, denominado *James Taylor* (1968). O logotipo foi alinhado à direita e alocado em cima da fotografia, que ocupa toda a altura da borda. O texto presente na capa, na cor preta, remete à matéria com o músico.

- Retrato 10:



Figura 14 – *Rolling Stone* número 270 (27 de julho de 1978)/Patti Smith (Nova Orleans, 1978)
Fonte: LEIBOVITZ (2008)

Patti Smith³⁶ é uma cantora e poetisa norte-americana. Ela passou a ser conhecida nos anos 70, quando tornou-se uma expressão do cenário *punk-rock* de Nova Iorque. Patti começou sua carreira ao lado do guitarrista Lenny Kaye e depois formou uma banda, o que resultou no primeiro disco da cantora chamado *Horses*. Em 2007, ela foi introduzida ao *Rock*

³⁶ www.rollingstone.com/music/artists/patti-smith/biography <visto em 17/05/2017>

and Roll Hall of Fame, cujo objetivo é destacar a importância de artistas que contribuíram para a história da música.

Em seu livro *Annie Leibovitz at Work* (2008), a fotógrafa conta que Patti Smith seria capa da *Rolling Stone* devido ao sucesso de sua música *Because the Night*. Inspirada por uma frase da música: *desire is hunger/is the fire I breath* (“desejo é fome/é o fogo que eu respiro”, em inglês), Leibovitz decidiu clicar a cantora diante de uma “imensa parede de fogo” ³⁷ (LEIBOVITZ, 2008, p.122, tradução nossa). Entretanto, não foi possível criar chamas altas por causa de dificuldades técnicas.

A fotografia foi feita em um armazém, em Nova Orleans. Patti Smith foi fotografada em plano americano, isto é, vemos sua figura da altura da coxa até a cabeça. A imagem é colorida e, nela, nota-se que Patti Smith veste uma calça (ou bermuda) preta, uma blusa branca de tecido transparente e um sutiã preto por baixo; ela também usa pulseiras e brinco. Segundo Leibovitz (2008, p.125), o vestuário era da própria cantora. Ela está em destaque em relação ao fundo e, nele, podemos notar as chamas vindas de baldes no chão, o que explica o suor no rosto e corpo da fotografada; e uma fumaça negra logo acima do fogo. Patti está de frente e olha diretamente para a câmera, que parece estar localizada abaixo da linha de seus olhos; sua expressão mostra uma seriedade. De acordo com as informações de Leibovitz, pode-se afirmar que a iluminação era artificial, localizada na frente da cantora.

A fotografia na capa sofreu um recorte de modo a esconder parte dos baldes. Também houve um clareamento em relação à imagem original. A capa da *Rolling Stone* apresenta uma borda vermelha e a imagem da cantora ocupa toda a altura da borda, cobrindo parte do logotipo que, por sua vez, apresenta-se centralizado, na cor branca e apresenta um *design* diferente em relação aos outros exemplos. O texto da capa está localizado abaixo do logotipo, no lado esquerdo do observador. O nome de Patti Smith apresenta-se em um tamanho maior, destacando-o do resto do texto.

- Retrato 11:

³⁷Trecho original: “[...] huge wall of flame.”



Figura 15 – *Rolling Stone* número 285 (22 de fevereiro de 1979)/Dan Aykroyd e John Belushi, *The Blues Brothers*(Hollywood, 1979)
Fonte: LEIBOVITZ (2008)

*Blues Brothers*³⁸ foi uma dupla musical formada pelos atores Dan Akroyd e John Belushi. Eles foram apresentados pela primeira vez no final dos anos 70 no programa de TV americano *Saturday Night Live*. A partir disso, eles alcançaram o sucesso, acompanhado de *shows* e um filme. Apesar da morte de John Belushi, em 1982, Os *Blues Brothers* continuaram se apresentando com outras formações.

A fotografia, feita na cidade de *Hollywood*, mostra Dan Akroyd (à esquerda do observador) e John Belushi (à direita) com o vestuário usado em *shows*: terno, gravata e chapéu pretos, camisa branca e óculos escuros; além disso, seus rostos estão pintados de azul (*Blues Brothers* significa irmãos azuis, em português). Os dois estão lado a lado e Akroyd está voltado para a sua esquerda; enquanto Belushi, com um cigarro na boca, está voltado para a sua direita. Apesar de usarem óculos escuros, podemos intuir que eles olham diretamente para a câmera, que está posicionada próxima à altura de seus rostos. Mesmo sendo comediantes, suas expressões denotam uma certa seriedade. O enquadramento foi feito da altura do peito até a cabeça e ambos aparecem próximos ao fundo da imagem. A iluminação é artificial e a área iluminada tem formato arredondado.

Ao escolher dois atores para a capa, a *Rolling Stone* ilustra um pouco da mudança de foco da revista, que passou a se interessar pelo mundo cinematográfico. No entanto, o fato

³⁸<http://www.vanityfair.com/hollywood/2013/01/making-of-blues-brothers-budget-for-cocaine> <visto em 01/06/2017>

desses dois atores formarem uma dupla musical mostra que ela ainda apresentava uma conexão com o seu conceito inicial, a música.

Na capa, a fotografia sofreu um clareamento e recorte nas laterais. Há uma borda vermelha, na qual a imagem dos *Blue Brothers* ocupa toda a extensão. O logotipo da revista está centralizado, na cor vermelha e cobre parte da foto. O texto da capa ocupa parte das duas laterais da fotografia e a matéria sobre a dupla aparece destacada do resto do texto na porção direita superior (do olhar do observador).

- Retrato 12:



Figura 16 – *Rolling Stone* número 306 (13 de dezembro de 1979)/Bette Midler (Nova Iorque, 1979)
Fonte: LEIBOVITZ (2008)

Bette Midler³⁹ é uma atriz e cantora norte-americana. Apesar de ter ficado mais conhecida pelos seus papéis em filmes de comédia, ela também possui uma carreira musical sólida.

O retrato, realizado em Nova Iorque, teve como motivo um filme chamado *The Rose* (em inglês, “A Rosa”), lançado em 1979. Na película, Bette Midler interpreta uma cantora de *rock* nos anos 60 chamada Rose. A inspiração para a ideia da foto, provavelmente, vem da expressão inglesa *bed of roses* (semelhante ao ditado “mar de rosas”, em português), que significa estar em uma situação favorável. Podemos concluir isto pela chamada da matéria com a atriz, que diz: “Bette Midler conquista *Hollywood*” (tradução nossa). Mais uma vez, podemos perceber o alinhamento da *Rolling Stone* tanto com a música, quanto com o cinema.

³⁹<https://www.rollingstone.com/music/features/the-homecoming-19791213> <visto em 01/06/2017>

A fotografia foi feita em cores e, nela, vemos Bette Midler deitada sobre uma área coberta de rosas. As flores cobrem parte do seu corpo e a atriz segura uma das rosas em sua boca. Vemos o seu corpo quase por inteiro, exceto parte do pé direito da atriz. Não há grandes pontos de desfoque no fundo, uma vez que a retratada encontra-se deitada sobre ele. A iluminação aparentemente é artificial e foi distribuída uniformemente sobre ela. A luz e a câmera foram dispostas a uma grande distância da atriz. Ela está deitada voltada para o seu lado direito, mas mantém a cabeça voltada para frente, olhando diretamente para a câmera. Ela veste o que parece ser um vestido preto e sua expressão apresenta um sorriso e denota uma certa sensualidade.

Na capa da *Rolling Stone*, o retrato foi recortado para enquadrar apenas as flores e a atriz, além de também ter sido clareado. Há uma borda vermelha, na qual a fotografia ocupa toda a altura, inclusive cobre parte do logotipo, que está centralizado e apresenta um tom rosado. Há a presença de texto nos dois lados da borda e parte dele está situado sobre uma *caixa* (no lado direito do observador). A chamada para o filme *The Rose* está destacada do restante do texto.

- Retrato 13:



Figura 17 – *Rolling Stone* número 354 (15 de outubro de 1981)/Meryl Streep (Nova Iorque, 1981)
Fonte: LEIBOVITZ (2008)

Meryl Louise Streep⁴⁰ é uma atriz norte-americana. Ela é considerada uma das grandes atrizes da atualidade, tendo ganhado o *Oscar* três vezes e recebido diversos outros prêmios; além disso, possui uma estrela na *Calçada da Fama*, em *Hollywood*.

Segundo Annie Leibovitz (2008, p.58-59), Meryl Streep estava desconfortável com o grande interesse da imprensa em sua vida naquela época e, portanto, não queria representar nenhum papel no retrato. Então, Annie sugeriu à atriz pintar o rosto de branco, como a maquiagem usada por mímicos. A escolha da atriz remete ao posicionamento da revista nos anos 80, de enfatizar o mundo cinematográfico.

A fotografia foi realizada em Nova Iorque. Nela, vemos Meryl Streep com o rosto pintado de branco, seus lábios e maçãs do rosto têm um tom rosado e a falta de tinta branca na área inferior dos olhos aparenta a imagem de uma pessoa cansada. Como o retrato é colorido, podemos observar a camisa branca e o tom amarelado de sua pele e cabelos. O corpo da atriz aparece da metade superior do tronco até a cabeça. O fundo do retrato é neutro, cinza e não é possível inferir a distância da fotografada em relação a ele. Pela sessão ter sido feita em estúdio, influi-se que a iluminação vem de fonte artificial e as sombras formadas indicam que a luz está posicionada acima da câmera, voltada para a atriz. Meryl olha diretamente para a câmera, com um semblante sério e estica partes de seu rosto, o que pode ser uma alusão à profissão de atriz, cujo objetivo é “fabricar” expressões superficialmente.

Na capa, o retrato sofreu um recorte para destacar o rosto da atriz e suas cores possuem um tom mais frio que o original. Não há mais bordas, uma tendência que começou em 1981, com a capa de John Lennon (ver figura 1) e manteve-se na maior parte das edições seguintes. O logotipo possui um tom rosado e está mais próximo do *design* atual; além disso, ele está centralizado e cobre parte da fotografia, que ocupa toda a extensão da capa. Podemos ver o nome de Meryl Streep destacado e outra chamada disposta na parte superior da folha, acima do logotipo.

4.5. Considerações gerais sobre a análise

É interessante observar a perspectiva que os retratos originais e as capas causam na leitura da imagem quando vemos os dois lado a lado. No primeiro caso, a fotografia passa

⁴⁰cultura.estadao.com.br/noticias/cinema,meryl-streep--grande-dama-do-oscar-e-de-todos-os-premios-comemora-66-anos-de-gloria,1711241<visto em 01/06/2017>

uma atmosfera de completude, isto é, depreendemos significados das formas e da estética contidas nela, aliadas a nossa interpretação. No segundo caso, o texto ajuda a completar o sentido da fotografia, ou até mesmo pode construir um novo; na capa, o retrato é mais um elemento, assim como o texto, o logotipo, entre outros. Outra diferença entre as duas imagens é que o retrato puro aparenta ter uma “aura”, que é retirada quando o inserimos na capa da revista, na lógica comercial.

Outra questão importante é que, em vários exemplos, o fundo original foi substituído por uma cor neutra. Em alguns retratos, é possível notar pessoas e outros elementos ao fundo, o que traz um contexto e uma temporalidade. A estratégia de retirar esses elementos da capa cria um novo contexto e mostra a ideia de “construção” da imagem de capa. Acredito que a subtração do fundo nas capas com retratos de Baron Wolman foi um recurso para enfatizar apenas o artista.

Como observado na análise, os retratos do *corpus* carregam uma série de características que, ora os aproximam, ora os afastam. A maioria dos exemplos de Baron foi feita na casa dos personagens, em *shows*, ou antes; e eventos públicos, o que traz uma noção de espontaneidade e até mesmo de intimidade. Pelas expressões, poses dos retratados e, de acordo com as palavras do próprio fotógrafo, influi-se que não havia uma direção por parte dele. É possível notar também que os retratos não têm uma grande produção ou uma construção de sentido a partir de elementos secundários, como o uso de cenários. Outra característica comum é o uso de iluminação natural na maioria dos exemplos, excetuando-se, os retratos 06, 07 e 08, que foram feitos em estúdio ou em ambientes fechados. Outro ponto importante a ser citado é a escolha dos retratados. Todos os personagens das capas de Wolman deste estudo pertencem à cena musical relacionada à contracultura, o que confirma o posicionamento da *Rolling Stone* na época: de retratar a música e tudo ao seu redor.

Os retratos de Annie Leibovitz representam a mudança de postura da revista a partir da década de 70. A primeira diferença marcante é a presença de fotos coloridas, que veio com a opção pela impressão a quatro cores. Também podemos notar que a escolha de quatro atores para a capa remete à tendência da *Rolling Stone* de incluir o cinema e a TV como áreas de interesse. Outro fator relevante é a utilização de elementos narrativos visuais marcantes, como o uso das maquiagens branca e azul nos retratos 11 e 13, do fogo no retrato 10; e das rosas no retrato 12. Todos esses elementos foram criados pela fotógrafa e realizados dentro de estúdios ou locais alugados para esse propósito. As imagens de Leibovitz apresentam um aspecto

produzido, com a intenção de captar a atenção do leitor não só pelo retratado, mas também com o uso de outros artifícios visuais.

A mudança no estilo das capas dos dois fotógrafos pode ser interpretada mediante alguns fatores. Os retratos de Wolman representam o contexto da década de 60, no qual a *Rolling Stone* era uma das principais referências para a juventude pertencente à contracultura; e, assim, ela retratava os artistas que os jovens admiravam. A década de 70 representa um período de transição no qual a contracultura se enfraquece, a revista alcança um número maior de leitores e passa a concorrer com outras publicações. Dessa forma, as capas de Leibovitz, a partir dos anos 70, foram concebidas para chamar a atenção do público e para se destacarem entre outras revistas. A construção do retrato, no caso da fotógrafa, enfatiza não apenas o personagem, mas também toda uma atmosfera criada a partir dos outros elementos da narrativa visual.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A transformação da revista *Rolling Stone* de uma publicação *underground* para uma publicação *mainstream* fica evidente nos retratos das capas presentes neste trabalho. Com o objetivo de analisar a participação do retrato fotográfico na construção dessas diferentes identidades, este estudo procurou investigar a trajetória da revista, as modificações na sua estética, conteúdo e posicionamento, e como essas mudanças apresentadas repercutiram ao longo dos anos; a perspectiva dos fotógrafos na criação da fotografia; e a leitura do próprio retrato fotográfico, baseado nos elementos da sua construção.

Para compreender como e em que contexto a revista foi construída, foi retomada a história e conceitos da contracultura, com foco nos Estados Unidos. Para isso, foram apresentados os conceitos do termo cultura, suas diferentes abordagens e como algumas visões antigas mantiveram-se. Dessa forma, a contracultura foi entendida como um movimento que se opõe a uma cultura padrão e, por vezes, elitista. Ela divide-se em dois significados diferentes, porém interligados, no qual o primeiro designa o movimento datado dos anos 60 e parte dos 70 e o segundo refere-se a esse movimento de oposição, entretanto, sem remeter a nenhum período histórico determinado. Esta pesquisa levou em consideração o primeiro significado de contracultura, pois foi nele que a *Rolling Stone* foi concebida. Também foram explicitados os preceitos da contracultura, seu apelo à juventude; bem como a influência de outros movimentos, como a geração *beat* e o *rock and roll*.

Para construir a análise das capas, foram retomadas questões relacionadas à construção do retrato fotográfico, à interação entre o fotógrafo e o fotografado e à imagem da celebridade, que são os personagens presentes nas capas da *Rolling Stone*; e também foram utilizadas fontes de pesquisa nas quais os próprios fotógrafos falam sobre o seu trabalho.

Como visto, o retrato, ou *portrait* (BASTOS, 2007), é um instrumento anterior à fotografia. A técnica fotográfica ajudou a expandir o acesso a ele, o que antes ficava restrito às elites devido ao alto valor dos retratos pictóricos. Assim, observou-se que o retrato fotográfico é um instrumento usado tanto para a identificação de uma pessoa, como também é um meio que possibilita a fabricação de personagens por meio de máscaras. Também foram reiteradas as importâncias da pose e do rosto e das participações do fotógrafo e do espectador para a construção do sentido.

Um conceito importante para este estudo foi o que compreende a imagem da celebridade, já que as capas da *Rolling Stone* usadas neste estudo são constituídas de retratos de artistas famosos. Dessa forma, pôde-se observar que a celebridade é uma figura de destaque presente desde as sociedades antigas e era relacionada às características “divinas”, que as separavam das pessoas “normais”. Com a ascensão das sociedades democráticas, as celebridades foram englobadas pela cultura de massa, que, através dos meios de comunicação, tem o poder de dar fama a alguém por interesses financeiros e/ou políticos. É interessante observar que a *Rolling Stone* foi importante para legitimar as celebridades da contracultura e, dessa forma, a revista acabou colaborando com a própria indústria cultural vigente.

Foram apresentadas as semelhanças e diferenças entre os fotógrafos Baron Wolman e Annie Leibovitz a partir de suas carreiras, perspectivas e de seus trabalhos na *Rolling Stone*. Baron Wolman foi fotógrafo da revista de 1967 a 1970, o auge da contracultura. Já Annie Leibovitz foi fotógrafa da *Rolling Stone* durante 13 anos, de 1970 a 1983, e contribuiu para as mudanças na revista.

A análise dos retratos mostrou que as capas seguiram o posicionamento da *Rolling Stone* e contribuíram para a representação da identidade da revista. Os exemplos de Wolman focaram apenas na imagem dos músicos, sem utilizar grandes recursos para a construção de sentido. Os retratos de Leibovitz representam a mudança da identidade da *Rolling Stone*, que passou a englobar celebridades do cinema, da TV, entre outras; e uma maior produção na construção dos retratos, como o uso de estúdios, iluminação artificial, pinturas faciais e cenários. Assim, pôde-se perceber que os retratos de Wolman representam a fase *underground* e os retratos de Leibovitz, a fase *mainstream*, na qual a música deixou de ser o principal assunto.

Com estes itens dispostos, este trabalho apresenta a possibilidade de se ampliar os estudos a respeito do retrato fotográfico nas capas da *Rolling Stone*, já que a revista passou por diversas modificações em suas edições lançadas desde 1967 até 2017. Os retratos de autoria de outros fotógrafos da *Rolling Stone* podem fornecer visões diferentes das mostradas nesta análise. Além disso, acredito que esta pesquisa possa contribuir com mais estudos sobre o retrato fotográfico na revista e em outras publicações.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALEXANDER, M. Darsie. Posed to unposed. Encounters with the camera. In: ELDERFIELD, John. **Modern Starts: People, Places, Things**. New York: The Museum of Modern Art, 2000. p.146 – 163.

Andrew Smith Gallery. **BARON WOLMAN THE ROLLING STONE COVERS**. Disponível em: < <https://www.andrewsmithgallery.com/exhibitions/baronwolman/rollingstone/baronwolman.html> > Acesso em: 17 de maio de 2017.

BARTHES, Roland. **A Câmara Clara**. Tradução de Júlio Castañon Guimarães. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

BASTOS, Maria Teresa Ferreira. O gênero portrait. In: _____. **Uma investigação na intimidade do portrait fotográfico**. Tese (doutorado em Letras) – PUC-Rio. In:, 2007. p.32 – 43.

_____. O portrait fotográfico entre biografia e imagem autônoma. In: _____. **Uma investigação na intimidade do portrait fotográfico**. Tese (doutorado em Letras) – PUC-Rio. In:, 2007. p.179 – 183.

_____. O retrato fotográfico entre a pose e a performance. In: VERSIANI, Daniela. (Org.). **O eu se escreve, o outro me escreve**. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2015, p.127 – 140.

COSTA LIMA, Luiz. Persona e sujeito ficcional. In COSTA LIMA, Luiz. **Pensando nos trópicos (Dispersa demanda II)**. Rio de Janeiro: Rocco, 1991.

CRUZ, Ricardo Franca. Editorial. **Rolling Stone**, São Paulo, n. 1, p. 10, outubro de 2006.

_____. Nota do editor. **Rolling Stone**, São Paulo, n. 1, p. 12, fevereiro de 2006.

Departamento de Estado dos Estados Unidos Escritório de Assuntos Públicos. **Um Esboço da História Americana**. Disponível em: < http://photos.state.gov/libraries/amgov/30145/publications-portuguese/OutlineofUSHistory_Portuguese.pdf > Acesso em: 04 de outubro de 2016.

DRAPER, Robert. **Rolling Stone Magazine: the uncensored history**. New York: Doubleday, 1990.

FABRIS, Annateresa. **Identidades virtuais: uma leitura do retrato fotográfico**. Belo Horizonte: UFMG, 2004.

Gallery270. Baron Wolman Covers. Disponível em: < <http://gallery270.com/baron-wolman/the-rolling-stone-covers> > Acesso em: 17 de maio de 2017.

HUEY, Steve. Tiny Tim biography. **Billboard**. Disponível em: < <http://www.billboard.com/artist/430012/tiny-tim/biography> > Acesso em: 17 de maio de 2017.

LEIBOVITZ, Annie. **Annie Leibovitz At Work**. Nova Iorque: Random House, 2008.

LEIBOVITZ, Annie. **Life Through a Lens**. Direção: Barbara Leibovitz. Produção: Barbara Leibovitz. Warner Home Video, 2007. 1 DVD (83 min), DVD, son., color.

MERTEN, Luiz Carlos. Meryl Streep, a grande dama do Oscar (e de todos os prêmios), comemora 66 anos de glória. **O Estadão**. Disponível em: < <http://cultura.estadao.com.br/noticias/cinema,meryl-streep--grande-dama-do-oscar-e-de-todos-os-premios-comemora-66-anos-de-gloria,1711241> > Acesso em: 01 de junho de 2017.

MORIN, Edgar. **As estrelas**: mito e sedução no cinema. Tradução de Luciano Trigo. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.

_____. **Cultura de massas no século XX**: o espírito do tempo. V. 1 - Neurose. Tradução de Maura Ribeiro Sardinha. 8ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1990.

PEREIRA, Carlos Alberto Messeder. O que é contracultura. 8ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1992.

PÉREZ-PEÑA, Richard. The Classic Rock Magazine Is Switching to a Smaller, Rack-Friendly Size. In: **The New York Times**. 10 de agosto de 2008. Disponível em: < <http://www.nytimes.com/2008/08/11/business/media/11mag.html> > Acesso em: 13 de outubro de 2016.

RAIMES, Jonathan; BHASKARAN, Lakshmi. **Design Retrô**: 100 anos de Design Gráfico. São Paulo: Senac São Paulo, 2007.

ROCHA, Antônio do Amaral. Era um garoto que como eu amava os Beatles e a Rolling Stone. **Rolling Stone**, São Paulo, n. 1, p. 43-44, outubro de 2006.

ROJEK, Chris. **Celebridade**. Tradução de Talita M. Rodrigues. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

Rolling Stone. 2016 Media kit. Disponível em: < <http://www.srds.com/mediakits/rollingstone/Rolling%20Stone%20Media%20Kit%202016.pdf> > Acesso em: 13 de outubro de 2016.

Rolling Stone. Coverwall. Disponível em: < <https://www.rollingstone.com/coverwall> > Acesso em: 30 de setembro de 2016.

Rolling Stone. Frank Zappa Bio. Disponível em: < <http://www.rollingstone.com/music/artists/frank-zappa/biography> > Acesso em: 17 de maio de 2017.

Rolling Stone. Introducing Joni Mitchell. Disponível em: < <http://www.rollingstone.com/music/features/joni-mitchell-19690517> > Acesso em: 17 de maio de 2017.

Rolling Stone. James Taylor Bio. Disponível em: < <http://www.rollingstone.com/music/artists/james-taylor/biography> > Acesso em: 17 de maio de 2017.

Rolling Stone. Jerry Garcia Bio. Disponível em: < <http://www.rollingstone.com/music/artists/jerry-garcia/biography> > Acesso em: 17 de maio de 2017.

Rolling Stone. Little Richard Bio. Disponível em: <
<http://www.rollingstone.com/music/artists/little-richard/biography> > Acesso em: 17 de maio de 2017.

Rolling Stone. Mick Jagger Bio. Disponível em: <
<http://www.rollingstone.com/music/artists/mick-jagger/biography> > Acesso em: 17 de maio de 2017.

Rolling Stone. Patti Smith Bio. Disponível em: <
<http://www.rollingstone.com/music/artists/patti-smith/biography> > Acesso em: 17 de maio de 2017.

ROSZAK, Theodore. **A contracultura**. 2ª ed. Petrópolis: Vozes, 1972.

Springcom. Midiakit Rolling Stone. Disponível em: <
http://www.springcom.com.br/media/midiakit/RS_MIDIAKIT_2011_SPRING.pdf > Acesso em: 13 de outubro de 2016.

THOMPSON, John B. **Ideologia e Cultura Moderna**. Teoria Social Crítica na Era dos meios de comunicação de massa. 9ª ed. Petrópolis: Vozes, 2011.

Walker Art Center. Perception/Reality. Disponível em: <
<http://www.walkerart.org/minnesotabydesign/objects/perception-reality> > Acesso em: 18 de abril de 2017.

WATROUS, Peter. Sun Ra, 79, Versatile Jazz Artist; A Pioneer With a Surrealist Bent. **The New York Times**. Disponível em: < <http://www.nytimes.com/1993/05/31/obituaries/sun-ra-79-versatile-jazz-artist-a-pioneer-with-a-surrealist-bent.html> > Acesso em: 17 de maio de 2017.

WHITE, Timothy. Bette Midler: The Homecoming. **Rolling Stone**. Disponível em: <
<https://www.rollingstone.com/music/features/the-homecoming-19791213> > Acesso em: 01 de junho de 2017.

WILLIAMS, Amanda. 'Over three days, I miscarried eight times. I cradled each of them as they died in my arms': Octomum Mandy Allwood relives the hell of losing her babies in the week they would have turned 17. In: **Daily Mail**. 22 de setembro de 2013. Disponível em: <
<http://www.dailymail.co.uk/news/article-2429491/Octomum-Mandy-Allwood-relives-hell-losing-babies-week-turned-17.html> > Acesso em: 05 de junho de 2017.

WOLMAN, Baron. **Os anos na Rolling Stone**: cada foto conta uma história. Tradução de Rosalia Munhoz. São Paulo: Madras, 2012.

ZEMAN, Ned. Soul Men: The Making of The Blues Brothers. **Vanity Fair**. Disponível em: <
<http://www.vanityfair.com/hollywood/2013/01/making-of-blues-brothers-budget-for-cocaine> > Acesso em: 01 de junho de 2017.

7. APÊNDICE

Tradução da entrevista com Baron Wolman – primeiro fotógrafo da revista *Rolling Stone* – concedida à autora em junho de 2017

1) Primeiramente, gostaria de saber como sua carreira começou. Você pode contar sobre seus estudos e quais fotógrafos influenciaram seu trabalho?

BW - Eu sou um fotógrafo autodidata. O que começou como um passatempo se transformou em uma profissão quando vendi minhas primeiras fotos ao jornal da minha cidade natal. Eu estava em Berlim quando o Muro de Berlim foi construído, e meu ensaio fotográfico foi sobre esse importante evento internacional. Como muitos fotógrafos antes e depois de mim, fui influenciado por Ansel Adams, Henri Cartier-Bresson, Richard Avedon, Irving Penn e outros que me inspiraram ao longo do caminho.

2) A *Rolling Stone* surgiu no contexto da contracultura. Quais aspectos aproximam suas capas do conceito da revista?

BW - Nós fomos a "contracultura" apenas na medida em que nos preocupamos apaixonadamente com o nosso país e acreditamos que podíamos fazer a diferença, que a paz era possível, que o respeito mútuo era possível, que o "amor" para com todos era possível. Se você estudar as capas, você verá que, em sua maioria, os músicos que fotografamos tinham crenças semelhantes.

3) Como você construía seus retratos para *Rolling Stone*? Que peculiaridades dos artistas você procurou destacar?

BW - Simplesmente tentei construir uma relação autêntica entre mim e meus fotografados. Eu queria que eles confiassem em mim, que entendessem que eu liberaria apenas fotos que mostravam o melhor deles, o lado mais honesto possível. Eu também queria que eles entendessem que, quando eu os fotografei, eu estava oferecendo um "obrigado" pessoal pela música, pela criatividade, pela arte.

4) Entre as capas que você fotografou, qual você achou mais importante e por quê?

BW - Muitas eram igualmente importantes porque cada uma revelava algo novo sobre o artista, sobre seu talento e sobre a contracultura, como você chamou. Eu gostei da capa das *groupies*, gostei da capa do (Frank) Zappa, gostei da capa do Jerry Garcia, gostei de todas as

capas do Jimi Hendrix, e assim por diante. Se você tem vários filhos, você consegue escolher um favorito???

5) O que o fez parar de fotografar para *Rolling Stone*?

BW - Eu quis explorar assuntos além da música. Também, os empresários estavam começando a restringir nosso fácil acesso aos músicos. Acesso é provavelmente o ingrediente mais importante na habilidade do fotógrafo em obter fotografias de música significativas e poderosas. Com menos acesso, com camadas de gerência isolando os músicos, tornou-se um grande impedimento para mim e para outros fotógrafos do meu estilo e época. Muitos de nós simplesmente disseram "adeus", e começaram a fazer fotos de outros assuntos. Frequentemente, eu me pergunto o que teria acontecido se eu ficasse na *Rolling Stone*, mas eu nunca me arrependi da minha decisão de ir embora. Eu tive uma vida maravilhosa como fotógrafo, muitas aventuras, muita diversão.

6) O que você acha que mudou nas capas da *Rolling Stone* desde que você deixou a revista?

BW - As capas tornaram-se mais estilizadas, mais gerenciadas, mais *photoshopadas*, menos honestas, menos autênticas, mais típicas. Não totalmente, é claro, mas no geral.

7) No seu livro “Os Anos da *Rolling Stone*”, você disse que considera alguns artistas fotogênicos, como Sun Ra e Jimi Hendrix. O que você considera um bom retrato?

BW - Essas são duas perguntas separadas. Os artistas que são fotogênicos se apresentam com um estilo definido, têm uma personalidade visual definida. Eles são naturalmente fotogênicos. Para mim, um bom retrato reflete um momento de autenticidade no rosto, ou a vida ou os gestos do fotografado. Para obter essa autenticidade, a pessoa deve confiar no fotógrafo, deve estar disposto a dar ao fotógrafo um momento que realmente reflete quem ele ou ela é, seja sério, ou pensativo, ou brincalhão, seja o que for.

8) Qual a diferença entre fotografar uma celebridade e uma pessoa comum?

BW - Em geral, mas não sempre, uma celebridade sabe como ele ou ela é em uma foto, conhece o seu "melhor lado, melhor ângulo". Assim, a celebridade entra imediatamente em uma pose familiar (para eles). O desafio do fotógrafo é, como eu disse, levá-los a relaxar, confiar e dar um pouco de autenticidade ao fotógrafo. As pessoas comuns imediatamente confiam no fotógrafo, esperam e anseiam que o fotógrafo os mostre no seu melhor; ou, pelo

menos, mostre-as como realmente são no momento da sessão de fotos. Com as celebridades, o fotógrafo raramente consegue trabalhar com seu fotografado sozinho – a celebridade geralmente é acompanhada por empresários, assessores, amigos, penetras e similares, o que torna difícil para o fotógrafo conectar-se com a celebridade. As pessoas comuns geralmente correm o risco e aparecem sozinhas, entregando-se ao que eles esperam que seja uma experiência alegre entre eles e o fotógrafo.

9) Eu gostaria de saber sobre sua carreira depois da *Rolling Stone*. Onde você trabalhou?

BW - A partir do livro, acho que você sabe que, quando saí de *Rolling Stone*, comecei uma revista de moda chamada *Rags*, que chamamos de “*Rolling Stone* da moda”. Nossos escritórios estavam nos antigos escritórios da *Rolling Stone*, nós imprimimos nas mesmas gráficas que a *Rolling Stone*, muitas pessoas de nossa equipe trabalhavam na *Rolling Stone*. A partir daí eu comecei uma editora de livros chamada *Squarebooks*. Apreendi a voar, comprei um avião e foquei em (fotografar) paisagens aéreas. Então, eu fotografei esportes - futebol americano, um esporte americano singular chamado *Roller Derby*, corridas de motor, beisebol e outros. Durante todo o tempo, publiquei uma série de livros, de poesia até jeans decorados, e continuei a trabalhar como fotógrafo *freelancer*.

10) Você gostaria de adicionar algo que considera importante para minha pesquisa?

BW - Quando comecei e durante a maior parte da minha carreira, a fotografia era uma profissão respeitada e emocionante. Com o advento da fotografia digital tudo mudou. Todo mundo teve fácil acesso à câmeras simples, competentes (incluindo telefones celulares) e rapidamente todos se tornaram fotógrafos com todas as alegrias e problemas que criaram, alegrias para pessoas, que aprenderam a "ver"; e problemas para todos que querem fazer uma carreira na fotografia. Fui extraordinariamente afortunado, afortunado por escolher a fotografia como carreira quando era relativamente fácil ganhar a vida com uma câmera, feliz por estar disponível quando a *Rolling Stone* me chamou, afortunado de conhecer pessoas ao longo do caminho que abriram portas e me deram oportunidades (e dinheiro!) para eu me expressar com minhas câmeras. Eu sou um cara muito, muito, muito sortudo e agradeço aos deuses da fotografia por suas muitas bênçãos.